

ISSN 2408-9346

НАУЧНЫЙ РЕЗУЛЬТАТ

ТЕХНОЛОГИИ БИЗНЕСА И СЕРВИСА

RESEARCH RESULT. BUSINESS AND SERVICE TECHNOLOGIES

10(4) 2024

16+

Сайт журнала:
rrbusiness.ru

сетевой научный рецензируемый журнал
online scholarly peer-reviewed journal





Том 10, № 4. 2024

Издается с 2014 г.

ISSN 2408-9346



Volume 10, № 4. 2024

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, профессор, заведующая кафедрой технологий в ресторанном хозяйстве ГО ВПО Донецкого национального университета экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Россия

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

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

Конырбеков М. Ж., PhD, доцент, зав. кафедрой туризма и сервисного обслуживания АО Алматинского технологического университета, Казахстан

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

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

Нурмуханова Г. Ж., доктор экономических наук, профессор, профессор кафедр делового администрирования и менеджмента Университета Туран, Казахстан

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

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

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

Панько А. Д., кандидат исторических наук, доцент, доцент кафедры городского и регионального развития Брестского государственного университета имени А.С. Пушкина, Белоруссия

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

Успанова М. У., доктор экономических наук, доцент, проректор по научной и инновационной деятельности, Казахский университет международных отношений и мировых языков, Казахстан

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

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.), Professor, head of the Department of Technology in the restaurant business, Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Russia

Oleg E. Afanasiev, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, Professor of the Department of Business 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.

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

Medet Ж. Konyrbekov, PhD, associate Professor, head of the Department of Tourism and Service, Almaty Technological University, Kazakhstan

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

Gulnara Zh. Nurmukhanova, Dr. Sci. (Econ.), Professor, professor of the Department of Business Administration and Management, Turan University, Kazakhstan

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.

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

Alexander D. Panko, Cand. Sci. (Hist.), Associate Professor, доцент кафедры городского и регионального развития, Brest State A. Pushkin University, Belarus

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.

Maira У. Uspanova, Dr. Sci. (Econ.), Associate Professor, vice-Rector for Scientific and Innovation Activities, Kazakh university of international relations and world languages, Kazakhstan

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

СОДЕРЖАНИЕ

CONTENTS

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Брасайлес Д., Вильямар О. Т., Гуанокиса В.В. Влияние туризма на местные экономические секторы в провинции Тунгурауа, Эквадор	4	Brazales D., Villamar O. T., Guanoquiza V. V. Impact of Tourism on Local Economic Sectors in Tungurahua Province, Ecuador	4
Горбатов С. А. Анализ показателей функционирования средств размещения в детско-юношеском и молодёжном туризме в Краснодарском крае	21	Gorbatov S. A. Analysis of the performance indicators of accommodation facilities in children's and youth tourism in the Krasnodar Territory	21
Заирова Х. Б., Рахимбекова Ж. С., Богомазова И. В. Развитие информационного обеспечения продвижения туристской дестинации в условиях цифровой трансформации экономики (на примере Республики Казахстан)	37	Zairova Kh. B., Rakhimbekova Z. S., Bogomazova I. V. Development of information support for the promotion of a tourist destination in the con-text of digital transformation of the economy (on the example of the Republic of Kazakh-stan)	37
Чуваткин П. П., Аврах И.Ю. Роль и значение государственно-частного партнерства в развитии молодежного туризма	55	Chuvatkin P. P., Avrakh I. Y. Role and importance of public-private partnership in the development of youth tourism	55
Шмарков М. С., Цёхла С.Ю., Шмаркова Л. И., Казакова М.В. Гастрономический туризм как драйвер развития регионального рынка туристских услуг: оценка состояния и перспективы	67	Shmarkov M. S., Tsyokhla S. Y., Shmarkova L. I., Kazakova M. V. Gastronomic tour-ism as a driver of the development of the regional market of tourist services: assessment of the state and prospects	67
ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ		PROBLEMS OF TRAINING FOR THE SERVICES SECTOR	
Головнин Р. С. Сравнительная характеристика вариантов расчёта структуры электросетевого рынка Кировской области	84	Golovnin R. S. Comparative characteristics of calculation options for the structure of the electric grid market of the Kirov region	84
Цой М. Е., Тринеев А. Ю., Шилинговский Д. Е., Усков Д. Н. Использование карты CJM в целях исследования этапов процессов принятия решения в сфере службы доставки	96	Tsoy M. E., Trineev A. Yu., Shillingovsky D. E., Uskov D. N. CJM maps in investiga-tion of the stages of decision-making processes in delivery service	96

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ БИЗНЕСА		INTERDISCIPLINARY RESEARCH IN THE FIELD OF BUSINESS	
Бельский И. Н., Климова Т. Б. Комплексный анализ методологий управления проектами: оценка эффективности гибридных подходов и адаптационных стратегий	110	Belskii I. N., Klimova T. B. Comprehensive Analysis of Project Management Method-ologies: Evaluating the Effectiveness of Hybrid Approaches and Adaptive Strategies	110
Благодатский П. В. Научомеритриеский анализ основ менеджмента на железнодорожном транспорте	120	Blagodatsky P. V. Scientometric analysis of railway management fundamentals	120
Гуреева Е. А. Государственная политика и методы ее реализации в управлении российским массовым спортом	138	Gureeva E. A. State policy and methods of its implementation in the management of Russian mass sports	138

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ DEVELOPMENT OF THE TOURIST INDUSTRY

Оригинальная статья
Original article

UDC 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-1

Diego Brazales¹
Odalys Toledo Villamar²
Verónica Valverde Guanoquiza³

Impact of Tourism on Local Economic Sectors
in Tungurahua Province, Ecuador

University of the Armed Forces ESPE,
Quijano-Ordóñez y Hermanas Paez St. Latacunga EC050104, Ecuador

¹e-mail: dfbrazales@espe.edu.ec

²e-mail: ootoledo@espe.edu.ec

³e-mail: yavalverde@espe.edu.ec

¹ORCID: 0000-0003-1585-2305

*Статья поступила 16 октября 2024 г.; принята 12 декабря 2024 г.;
опубликована 31 декабря 2024 г.*

Abstract. The objective of this article is to analyze the Impact of Tourism on Local Economic Sectors in Tungurahua Province, Ecuador. The hypothesis is: the tourism GVA is positively and significantly related to the GVA of other key economic sectors in the province of Tungurahua. Three specific hypotheses are addressed to examine the impact on priority sectors of the provincial economy. The research was quantitative, correlational and longitudinal. Provincial GVA data from the Central Bank of Ecuador from 2007 to 2020 were used. The Pearson coefficient and linear regression were used to determine the impacts on three econometric models, using the Stata 16.1 statistical package. Results: Positive and statistically significant correlations were observed between the tourism GVA with the wholesale and retail trade GVA, motor vehicle and motorcycle repair of .8162, with the transportation and storage GVA of .6881 and with the manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods of .7370. In relation to the linear regression of the wholesale and retail trade GVA based on the tourism GVA, a coefficient of 1.94, $p = .000$ with $R^2 = 0.6662$ was obtained. The linear regression of the transportation and storage GVA based on the tourism GVA obtained a coefficient of 1.05, $p = .007$ with $R^2 = 0.4735$. The linear regression of the manufacturing of textile products GVA based on the tourism GVA obtained a coefficient of .9353, $p = .003$ with $R^2 = 0.5432$. The results of this analysis highlight the need to merge tourism with other economic sectors. This supports the hypotheses formulated and shows a significant correlation between the Gross Added Value (GVA) of tourism and the GVA of the most relevant local economies, in relation to their contribution to the provincial GVA.

Keywords: GVA tourism; GVA wholesale and retail trade, repair of motor vehicles and motorcycles; GVA manufacturing of textile products such as clothing, manufacturing of leather and leather goods; GVA transportation and storage; Tungurahua; Ecuador; tourism multiplier effect.

For citation: Brazales, D., Villamar, O. T., Guanoquiza, V. V. (2024), "Impact of Tourism on Local Economic Sectors in Tungurahua Province, Ecuador", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 4-20. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-1

УДК 338.48

Брасалес Д.¹
Вильямар О. Т.²
Гуанокиса В. В.³

Влияние туризма на местные экономические секторы
в провинции Тунгурауа, Эквадор

Университет Вооруженных Сил «ESPE»,
ул. Кихано-Ордоньез и Эрманас Паэз, г. Латакунга EC050104, Эквадор

¹e-mail: dfbrazales@espe.edu.ec

²e-mail: ootoledo@espe.edu.ec

³e-mail: yavalverde@espe.edu.ec

¹ORCID: [0000-0003-1585-2305](https://orcid.org/0000-0003-1585-2305)

Аннотация. Целью данной статьи является анализ влияния туризма на местные экономические секторы в провинции Тунгурауа, Эквадор. Гипотеза: валовая добавленная стоимость (ВДС) туризма положительно и значимо связана с НДС других ключевых экономических секторов в провинции Тунгурауа. Для изучения влияния на приоритетные секторы экономики провинции рассматриваются три конкретные гипотезы. Исследование было количественным, корреляционным и продольным. Использовались данные о НДС провинции от Центрального банка Эквадора с 2007 по 2020 год. Коэффициент Пирсона и линейная регрессия использовались для определения влияния на три эконометрические модели с использованием статистического пакета Stata 16.1. Результаты: положительные и статистически значимые корреляции наблюдались между НДС туризма и НДС оптовой и розничной торговли, ремонта автотранспортных средств и мотоциклов в размере 0,8162, с НДС транспортировки и хранения в размере 0,6881 и с производством текстильных изделий, таких как одежда; производство кожи и изделий из кожи в размере 0,7370. В отношении линейной регрессии НДС оптовой и розничной торговли на основе НДС туризма был получен коэффициент 1,94, $p = 0.000$ с $R^2 = 0,6662$. Линейная регрессия НДС транспортировки и хранения на основе НДС туризма получила коэффициент 1,05, $p = 0,007$ с $R^2 = 0,4735$. Линейная регрессия НДС производства текстильных изделий на основе НДС туризма получила коэффициент 0,9353, $p = 0,003$ с $R^2 = 0,5432$. Результаты этого анализа подчеркивают необходимость объединения туризма с другими секторами экономики. Это подтверждает сформулированные гипотезы и показывает значительную корреляцию между НДС туризма и НДС наиболее значимых местных экономик по отношению к их вкладу в НДС провинции.

Ключевые слова: ВДС туризма; ВДС оптовой и розничной торговли, ремонт автотранспортных средств и мотоциклов; ВДС производства текстильных изделий, таких как одежда; производство кожи и изделий из кожи; ВДС транспортировки и хранения; Тунгурауа; Эквадор; эффект мультипликатора туризма

Для цитирования: Брасалес Д., Вильямар О. Т., Гуанокиса В. В. Влияние туризма на местные экономические секторы в провинции Тунгурауа, Эквадор // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 4-20. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-1

Introduction (Введение). Tourism produces a series of changes in both economic and social sectors and finally in environmental sectors (Soza, 2016) this is why tourism requires workers to constantly train themselves by promoting education and professional training for the effective development of these activities (Brida et al., 2013). On the other hand, tourism is an important generator of employment in many countries since it belongs to one of the largest industries in the world (Brida et al., 2008). In this way, tourism subsidizes a better distribution of income (Moral et al., 2016) since tourism promotes the economy through job creation (Gómez & Barrón, 2019).

In this way, tourism stimulates other economic activities (A. López & de Esteban, 2010) such as agriculture, manufacturing and commerce, generating greater production as well as national economic income (Brida et al., 2013) therefore, tourism creates direct and indirect employment opportunities (Casas et al., 2012), which contributes to reducing unemployment in the locality and in turn improving the quality of life of residents (Brida et al., 2013).

Thus, tourism activity represents a critical point in the economy and is generally structured through commercial links (Salazar, 2006), since it is an activity that generates a margin of sustained growth and produces effects in different areas (Maldonado, 2006) such as financial, social and cultural areas (Jiménez, 2006).

Additionally, in the tourism sector we can determine four factors that intervene with each other for its development (Brazales et al., 2021), which are the tourist, the

interactions with the local population, the structure of the tourism system and the sociocultural impacts (Moral et al., 2016) where these influence the planning and management of tourism development (Arnandis, 2018).

Therefore, tourism activity through tourism development seeks to minimize negative impacts and maximize positive ones (Tarlombani, 2005) through long-term benefits for local communities and the environment (Orgaz, 2013), by understanding and meeting the needs of the local population, it is possible to contribute to the development of sustainable tourism (Baldarrago, 2005).

But also, negative impacts can be generated in the tourism sector that arise from poor management (Condori & Flores, 2023; Violante, 2013) so that the excessive growth of tourism without adequate planning can overload the road infrastructure as well as health services and waste management (Bertram, 2002; Huízar et al., 2015; Salazar, 2006), generating problems in local communities (López, 2014), which is why sustainability is important to ensure tourism development (Condori & Flores, 2023; A. López & de Esteban, 2010; Ruiz et al., 2020; Violante, 2013).

Therefore, poorly managed tourism can cause environmental degradation (Amador, 2021; Ascanio, 1994; Gonzales, 2006; Picornell, 1993) which is why caring for the environment as well as social well-being helps to commit to the positive development of tourism and plan it in the future in a more accurate way (Amador, 2021; Carvajal, 2021; Ferreira, 2009) since the development of tourism calls for the implementation of

sustainable management strategies that balance tourist exploitation while taking care of natural and cultural resources (Ruiz et al., 2020; Zhong et al., 2011).

In this sense, the objective of this article is to analyze the Impact of Tourism on Local Economic Sectors in Tungurahua Province, Ecuador. The hypothesis is: the tourism GVA is positively and significantly related to the GVA of other key economic sectors in the province of Tungurahua.

The province of Tungurahua, Ecuador, has demonstrated increasing economic importance (Banco Central del Ecuador, 2023; Ministerio de Turismo Ecuador, 2024), standing out for the influence of tourism on its local economy. Tourism activity in Tungurahua presents a significant opportunity to assess how tourism can relate to and contribute to the economic development of the primary, secondary, and tertiary sectors (Salazar, 2006).

Therefore, it is essential to examine the Gross Added Value (GVA) of tourism in these sectors and its consequent impact on the economy of Tungurahua. The tourism development model in Tungurahua must consider the diversification of the tourism offer and the integration of economic sectors. This includes not only the strengthening of the tertiary sector, but also the promotion of collaboration between the primary and secondary sectors (Banco Central del Ecuador, 2023).

The problem addressed in this analysis focuses on determining the series of challenges that the province of Tungurahua faces in maximizing tourism potential to contribute to the provincial economic dynamism, through the expansion of existing economic sectors. The main concern is to define the economic activities with the greatest influence on tourism GVA, which in turn impacts on the economic management of the province and its connection with tourism.

The hypothesis states that tourism Gross Added Value (GVA) has an impact on local economic sectors such as wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and

motorcycles, transportation and storage, and manufacturing of textile products and leather goods, in the province of Tungurahua, Ecuador (Gobierno Provincial de Tungurahua, 2023).

Hypothesis

H1: tourism GVA benefits wholesale and retail trade GVA; repair of motor vehicles and motorcycles.

H2: tourism GVA benefits transportation and storage GVA.

H3: tourism GVA benefits manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods.

Economic Impacts of tourism.

Various investigations have devoted much attention to empirical studies on the impacts of tourism on the economy because tourism drives economic development in a given time (Pizzolon et al., 2013) thus generating foreign currency, employment and infrastructure in the different localities that manage it (Brida et al., 2013).

The impacts of tourism play a crucial role in local economies (Gamarota & Lorda, 2017; Salazar, 2006) since it is intrinsically related to primary, secondary and tertiary economic activities (Atucha & Lacaze, 2018) especially activities related to trade (Mundial, 2021).

Thus, tourism generates foreign exchange income (Benavides, 2020; Ronquillo, 2015), to which contributes to strengthening the local economy by stimulating other economic activities, such as agriculture, manufacturing and trade (Brazales, 2021; Brazales et al., 2024), generating a multiplier effect in the economy through the tourism sector (Benavides, 2005).

Thus, one way to examine the economic impact of tourism is through the balance of payments, gross domestic product and employment (Carvajal, 2021) in this way, we can highlight that through these factors, tourism generates long-term financial development (Apolo & Cantavella, 2002; Cardona, 2020; Dritsakakis, 2004). Therefore, we can say that tourism companies are entities

that form a microeconomy of the tourism sector and generate economic effects (Condori & Flores, 2023; Dichiaro, s. f.; Méndez, 2020; Rubinfeld & Pindyck, 2013) such as improving the national balance of payments by generating foreign currency income (Brida et al., 2013; Calderón & Ruggeri, 2016; Knetsch & Var, 1976), so that tourism seen as an economic activity generates various impacts on society (Fontan, 2019; Hidalgo, 2018; Picornell, 1993; Salazar, 2006; R. Schneider, 2013) since this can be observed through the application of tourist services determined according to the region and the type of tourist destination (Condori & Flores, 2023).

On the other hand, through the input-output analysis it is possible to examine the economic effects of tourism (Bote, 1996; Brida et al., 2013; Riera et al., 2006; Tarancón, 2005) because the input-output analysis provides a holistic view of the economic impacts of tourism (Hernández, 2004) In this way, considering the indirect and multiplier effects, the input-output analysis comes to present some negative methodological limitations since an undue appropriation affects the precision of the results (Briassoulis, 1991).

In turn, the economic contribution is a direct effect of tourism on the economy of a destination and this is measured by the Tourism Satellite Account (CST) (Brida et al., 2008), in which records the expenses made by tourists in the destination (Zapata et al., 2017), such as accommodation, food, transportation and tourist activities (Hernández, 2004).

In this way, the tourism satellite account allows us to know its contribution to the economy in terms of employment, added value and income generation (Zapata et al., 2017) Therefore, the satellite account is a tool that allows us to analyze tourism (Padrón, 2020) having a more simplified understanding of the impact of the economy and the design of more effective public policies for balanced development in the sector (Varisco, 2005).

Likewise, the satellite account is executed as a tool that allows studying tourism in a more simplified way for the design of more effective public policies and thus better development in the area (Varisco, 2005) in this way tourism contributes to reducing the economic gap between developed and less developed areas (Mihalic, 2011).

For which it is important to mention that the economic impacts of tourism influence the economy at a global level (Altimira & Muñoz, 2007; A. García & Lavalle, 2012) in turn the development of sustainable tourism strategies which benefit all the actors involved (Condori & Flores, 2023) where the providers of tourist services such as hotels, restaurants and tourist guides, are the key actors and these in turn belong to the value chain of tourism and its development (de Duque et al., 2012).

In this way, tourism is a key sector for the export of services and in turn becoming the generator of employment in many countries (Brida et al., 2008; Chérrez et al., 2021) in which the tourist environment influences because it is a complex system that includes various interconnected elements such as carrying capacity, quality assessment and measures (Zhong et al., 2011).

However, tourism in certain cases can concentrate wealth in certain sectors but at the same time generates inequalities in this way affecting traditional economic activities (Orgaz, 2015) On the other hand, its development has driven growth in the universal economy so that in 2018 it contributed to the world GDP in a way that is representative of world trade (Chérrez et al., 2021).

Thus, the relationship between economic activity and tourism is fundamental, especially for the economies of countries with emerging markets or in turn in development (Cervantez et al., 2023; Gambarota & Lorda, 2017; Salazar, 2006) in countries such as Ecuador, the canon of this sector in 2018 the GDP reached 5.51%; which caused 722,935 jobs where it contributes with 4.06% of the

total net taxes of the local economy (Chérrez et al., 2021).

GVA Tourism. The main reason why the various regions of the world show a high interest in the development and growth of the tourism sector is the high economic growth that it can provide (Brida et al., 2013; Piñar et al., 2016) to such an extent that the contribution of the tourism sector to the global economy is estimated at approximately 10% of the world GDP (Papatheodorou, 1999; L. Schneider & Gonzalez, 2023; Severiche et al., 2017).

The VAB determined as the gross added value is the quantified measurement by which the facts and data of great economic relevance of a region are taken into account (García et al., 2022) which is responsible for measuring the additional benefit given to goods or services in the different stages of an economic area (Carvalho, 2003).

It is also important to mention that Gross Added Value is a parameter of macroeconomics and is of utmost importance because it helps measure economic performance in different industries, in this case the tourism sector, whether for its services offered or goods in a defined time and is used to evaluate the Domestic Product (Arriaga & González, 2019; Brito et al., 2019; Viveros et al., 2017; Zamora & Coello, 2015).

Thus, through the GVA of a locality we can easily determine the GDP (Brito et al., 2019; Mondéjar & Vargas, 2008), likewise when we talk about the Gross Added Value of Tourism, which by its acronym is GVA tourism, it is understood as an economic measure that indicates the role of tourism in the economy (Moral & Valverde, 2018; Zamora & Coello, 2015).

It is important to mention that in European countries, through the developed tourism sector in the hotel and restaurant area, the GVA has a significant impact and at the same time remains constant (Brida et al., 2008), so that the financial increase represents the development of the national impetus of the GDP (Samuelson & Nordhouse, 2010).

Local Economic Sectors. The local economy together with tourism has as its primary objective the economic development of several countries (Carchipulla & Carchipulla, 2023). Thus, in local economies, tourism is a relevant sector that provides benefits to potential sites (Cedeño et al., 2016) as it is a globalizing phenomenon with significant economic impacts (Escobar et al., 2020).

Within the study of local economies we have in mind several theories such as regional development and location since they help us to have a competitive advantage within what classical economics proposes (Alarcon & Gonzalez, 2018), in turn it has been demonstrated how beneficial the relationship between development and culture is both for economic growth, territorial development and socio-cultural cohesion (Selva, 2016).

The economic sector is based on a social science that aims to study the production, distribution and consumption of goods and services that aim to improve the quality of life of individuals (Carchipulla & Carchipulla, 2023). Depending on foreign investment contributes to the conditioning and scarcity of employment and business opportunities generated by tourism within the local population (Merino, 2021).

This is why alliances between local governments and emerging tourism entrepreneurs encourage the connection between various sectors and regions (Ramukumba et al., 2012), bearing in mind that the number of tourists together with the spending and added value of the tourism sector has a positive impact within local economies (Suhel & Bashir, 2018).

Considering that companies not only drive economic development by introducing new product and service segments to the market (Sharma & Kaur, 2022), they also generate and promote recreational events as these are increasingly considered as a means for local economic development and not just as entertainment activities (Hefner, 1990).

The relevance of this type of events is a beneficial investment for local municipalities, mainly when considering the contributions provided by non-governmental entities (Tohmo, 2005). To evaluate the total impact of these events on the economy, economic impact studies have been applied that are based on the multiplier concept (Hefner, 1990).

For this reason, it is important to understand the economic impact that tourism generates within the local economies of the region, since it seeks to generate a more detailed and precise vision of the economic situation in said area (Draghici et al., 2015). Thanks to this, if we take into consideration the role that tourism plays within the local sectors, we come to reconsider whether tourism should be introduced as an internal guide industry in local economies (Kim & Kim, 1998).

Materials and Methods (Материалы и методы исследования). Correlational, longitudinal, using deductive and bibliographic logic as support for the quantitative, based on the analysis of secondary sources. Population and Sample Provincial gross added value. The sample is the provincial gross added value by industry from 2007 to 2020 of the province of Tungurahua from the Central Bank, in a convenience sampling since the province of Tungurahua presents high levels of tourist

demand in relation to other provinces. Information gathering: Information collection: National accounts with provincial accounts, with provincial gross added value data by industry of the province of Tungurahua from 2007 to 2020 from the Central Bank (Banco Central del Ecuador, 2023). Validity: Validity: Since the national accounts are a public data source produced by the central bank (Banco Central del Ecuador, 2023), their validity and reliability are high and proven. Statistical Tool: First, a hypothesis verification was performed using the non-rotated indices of each variable. For this, the Pearson correlation coefficient was used, analyzing the significance of the results obtained ($p < 0.05$). Secondly, a linear regression analysis was carried out between the indices corresponding to each variable. Data processing: Stata statistical tool.

Econometric model, linear regression:

$$y = \beta_0 + \beta_1 * X + \varepsilon \quad (1)$$

Where, from formula 1, β_0 is the ordinate at the origin, β_1 is the slope coefficient that indicates any change in the variables and ε is the error term.

1. Econometric model 1: GVA Wholesale and retail trade; and repair of motor vehicles and motorcycles based on GVA accommodation and food services. From formula 1 we obtain econometric model 1:

$$\begin{aligned} & \text{GVA wholesale and retail trade; and repair of motor vehicles and motorcycles} \\ & = \beta_0 + \beta_1 * \text{GVA accommodation and food services} + \varepsilon \quad (2) \end{aligned}$$

2. Econometric model 2: GVA of transport and storage as a function of GVA

accommodation and food services. Where formula 1 obtains econometric model 2:

$$\text{GVA transport and storage} = \beta_0 + \beta_1 * \text{GVA accommodation and food services} + \varepsilon \quad (3)$$

3. Econometric model 3: GVA textile and clothing manufacturing from GVA

accommodation and food services. Where formula 1 gives econometric model 3:

$$\begin{aligned} & \text{GVA textile and clothing manufacturing} \\ & = \beta_0 + \beta_1 * \text{GVA accommodation and food services} + \varepsilon \quad (4) \end{aligned}$$

Results and Discussion (Результаты исследования и их обсуждение). Below is

GVA data for the main economic activities of the province of Tungurahua (table 1).

Table 1

GVA tourism, GVA wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles, GVA transportation and storage, GVA manufacturing thousands USD 2007 to 2020

Таблица 1

ВДС туризма, ВДС оптовой и розничной торговли; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов, ВДС транспортировки и хранения, ВДС обрабатывающей промышленности, тыс. долл. США 2007-2020 гг.

Years	GVA of tourism, thousands USD	GVA of wholesale and retail trade, thousands USD	GVA transport and storage, thousands USD	GVA manufacture of textile products and clothing, thousands USD
2007	35618.66	162104.14	165165.26	96687.81
2008	37189.25	227945.48	186375.6	103739.45
2009	49206.15	245556.36	179365.06	114784.11
2010	54161.05	284138.48	194753.61	133524.79
2011	67983.96	292253.73	203880.02	179241.5
2012	94978.89	421018.76	179911.1	175992.23
2013	97120.76	407030.06	217456.38	209307.79
2014	85708.03	401423.91	211060.15	221231.34
2015	83077.43	389043.97	268069.79	207699.76
2016	88993.12	330537.83	315628.98	204070.14
2017	103968.08	344335.12	305406.42	197152.99
2018	138457.51	415215.17	270864.02	205684.73
2019	147591.73	389125.59	290818.29	186844.15
2020	91756.94	320870.05	200739.86	151739.91

Note: Developed within the framework of (Banco Central del Ecuador, 2023).

Hypothesis testing

There is a significant and favourable association between the tourism GVA and the GVA of the most relevant economic activities in terms of their contribution to the provincial Gross Added Value. That is to say, it is expected that the increase in the tourism GVA will be related to a proportional increase in the GVA of said economic activities. From here, 3 hypotheses will be delineated from the analysis of secondary information sources with the three activities that contribute the most to the provincial GVA.

H1: The tourism GVA benefits the wholesale and retail trade GVA; motor vehicle and motorcycle repair.

The results suggest that there is a strong and significant relationship between the growth of the tourism sector's GVA and the GVA of wholesale and retail trade in the province of Tungurahua. This finding supports the hypothesis that tourism development has a positive impact on trade in the province.

H2: The tourism GVA benefits the transport and storage GVA.

Table 2

**Correlation between GVA of wholesale and retail trade;
repair of motor vehicles and motorcycles and GVA of tourism**

Таблица 2

**Соотношение ВДС оптовой и розничной торговли,
ремонта автотранспортных средств и мотоциклов и ВДС туризма**

	GVA of wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles	GVA of tourism
GVA of wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles	10000	
GVA of tourism	0.8162	10000
p-value	0.0004	

Note: The Pearson correlation is 0.8162 between the GVA of wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles and the GVA of tourism. This positive value indicates a high positive correlation between the GVA of trade and the GVA of tourism. That is, as the GVA of tourism increases, the GVA of trade also tends to increase. This finding supports the hypothesis that tourism benefits trade in the province of Tungurahua. It is also statistically significant.

Table 3

Correlation of GVA of transport and storage and GVA of tourism

Таблица 3

Соотношение ВДС транспорта и хранения и ВДС туризма

	GVA of Transport and Storage	GVA of tourism
GVA of Transport and Storage	10000	
GVA of tourism	0.6881	10000
p-value	0.0065	

Note: The coefficient of evaluation between transport and storage GVA and tourism GVA is 0.6881. This value suggests a moderate positive pressure. In practical terms, this means that when tourism GVA increases, transport and storage GVA also tends to increase. It is also statistically significant.

That is, the weighting analysis supports hypothesis H2, indicating that tourism GVA has a positive and significant impact on transport and warehousing GVA in Tungurahua Province, Ecuador. This finding is crucial for policymakers and stakeholders as it emphasizes the importance of promoting tourism as a strategy to strengthen the transport and warehousing sector in the region.

H3: Tourism GVA benefits the GVA of manufacturing textile products such as

clothing; manufacturing of leather and leather goods.

The assessment analysis supports hypothesis H3, suggesting that tourism GVA growth significantly benefits the GVA of textile and leather product manufacturing in Tungurahua Province. This finding is important for the development of economic strategies as it highlights the interconnection between tourism and the textile and leather industry, underlining the value of fostering tourism as a means to stimulate the manufacturing industry in the region.

Linear Regressions

Table 4

Correlation of GVA between the manufacture of textile products such as clothing; the manufacture of leather and leather goods and GVA in tourism

Таблица 4

Соотношение ВДС между производством текстильных изделий, таких как одежда, производством кожи и изделий из кожи и ВДС в туризме

	GVA of manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods	GVA of tourism
GVA of manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods	10000	
GVA of tourism	0.7370	10000
p-value	0.0026	

Note: The coefficient of evaluation between GVA of textile products such as clothing, leather and leather goods manufacturing and GVA of tourism is 0.7370. This value indicates a strong positive activation, suggesting that an increase in GVA of tourism is strongly associated with an increase in GVA of textile and leather goods manufacturing. The correlation is statistically significant.

Table 5

Linear regression 1 between wholesale and retail trade GVA from wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles as a function of tourism GVA

Таблица 5

Линейная регрессия 1 между ВДС оптовой и розничной торговли; ремонт автомобилей и мотоциклов как функция ВДС туризма

MODEL 1	Observations: 14							
	Coefficients							
	β	Std. Error	t	sig	Prob>F	R2	Adj-R2	Root MSE
Constant	167652.6	35722.94	4.69	0.001				
GVA of tourism	1.94	.3669	4.89	0.000	.0004	.6662	.6383	48084
Dependent variable: GVA from wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles								

Note: The model equation is $GVA \text{ of wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles} = 167652.6 + 1.942 \times GVA \text{ of Tourism in Thousands of USD} + \varepsilon$.

$F(1, 12) = 23.95$, $Prob > F = 0.0004$: The F statistic indicates that the model as a whole is statistically significant. The associated probability (0.0004) is very low,

suggesting that the model has good explanatory power.

The model presented the following parameters to validate the assumptions:

Multicollinearity (VIF=1.00), Heteroscedasticity with a Breusch-Pagan P-value>.05, so the H0 of homoscedasticity is accepted, Normality in the errors with a P-value >.05 in the Jarque Bera test and independence in the errors with a correlation close to zero (=0.0000) between the errors and the independent variable.

GVA of Tourism in Thousands of USD (Coef. = 1.942031, $P > t = 0.000$): This means that for every 1 unit increase in GVA of tourism (in thousands of USD), an average increase of 1.942 units is expected in GVA of wholesale and retail trade; motor vehicle and motorcycle repair. Since the p-value (0.000) is significantly less than 0.05, the coefficient is statistically significant, supporting the hypothesis that GVA of tourism has a positive

impact on GVA of wholesale and retail trade; motor vehicle and motorcycle repair.

Constant = 167652.6, $P > t = 0.001$: The constant indicates the expected value of the GVA of wholesale and retail trade; repair of motor vehicles and motorcycles when the GVA of tourism is zero.

R-squared = 0.6662: The coefficient of determination R-squared is 0.6662, indicating that approximately 66.62% of the variability in the GVA of wholesale and retail trade; motor vehicle and motorcycle repair is explained by the variability in the GVA of tourism. This suggests that the model has a good level of fit.

Adj R-squared = 0.6383: The adjusted R-squared is 0.6383, slightly lower than the R-squared, which adjusts the R-squared to the number of predictors in the model.

Table 6

Linear regression 2 between GVA of transport and storage as a function of tourism GVA

Таблица 6

Линейная регрессия 2 между ВДС транспорта и хранения как функция ВДС туризма

MODEL 2	Observations: 14							
	Coefficients							
	β	Std. Error	t	sig	Prob>F	R2	Adj-R2	Root MSE
Constant	139553.5	28799.53	4.85	.000				
GVA of tourism	1.05	.3199	3.28	.007	.0065	.4735	.4296	38765
Dependent variable: GVA transport and storage								

Note: The model equation is $\text{GVA transport and storage} = 139553.5 + 1.05 \times \text{GVA of Tourism in Thousands of USD} + \varepsilon$.

$F(1, 12) = 10.79$, $\text{Prob} > F = 0.0065$: The F statistic is significant with an associated probability (0.0065) that is less than 0.05. This indicates that the model as a whole is significant and that tourism GVA is a valid predictor of transport and warehousing GVA.

The model presented the following parameters to validate the assumptions: Multicollinearity (VIF=1.00), Heteroscedasticity with a Breusch-Pagan P-value>.05, so the H0 of homoscedasticity is

accepted, Normality in the errors with a P-value >.05 in the Jarque Bera test and independence in the errors with a correlation close to zero (=0.0000) between the errors and the independent variable.

R-squared = 0.4735: This value indicates that approximately 47.35% of the variability in transport and storage GVA can be explained by tourism GVA. Although this value suggests that there are other important factors affecting transport and storage, almost half of the variability is explained by tourism.

Table 7

Linear regression 3 between GVA manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods as a function of tourism GVA

Table 7

Linear regression 3 between GVA manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods as a function of tourism GVA

MODEL 3	Observations: 14							
	Coefficients							
	β	Std. Error	t	sig	Prob>F	R2	Adj-R2	Root MSE
Constant	91996.74	22287.63	4.13	.001				
GVA of tourism	.9353	.2476	3.78	.003	.0026	.5432	.5051	29999
Dependent variable: GVA of manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods								

Note: The model equation is $\text{GVA manufacturing of textile products such as clothing; manufacturing of leather and leather goods} = 91996.74 + 0.93 \times \text{GVA of Tourism in Thousands of USD} + \varepsilon$.

$F(1, 12) = 14.27$, $\text{Prob} > F = 0.0026$: The model is statistically significant as a whole, since the value of $\text{Prob} > F$ (0.0026) is less than 0.05, indicating that the independent variable has a significant effect on the dependent variable.

The model presented the following parameters to validate the assumptions: Multicollinearity (VIF=1.00), Heteroscedasticity with a Breusch-Pagan P-value>.05, so the H_0 of homoscedasticity is accepted, Normality in the errors with a P-value >.05 in the Jarque Bera test and independence in the errors with a correlation close to zero ($=-.0000$) between the errors and the independent variable.

R-squared = 0.5432: Approximately 54.32% of the variability in the GVA of textile manufacturing such as apparel; leather and leather goods manufacturing can be explained by the variability in the GVA of tourism. This suggests that tourism is an important factor, although there are other factors that also influence this sector.

Conclusions (Заключение). The econometric analysis of the relationship between tourism Gross Domestic Product (GDP) and Gross Value Added (GVA) of

various economic sectors in the province of Tungurahua reveals significant findings on the impact of tourism on the local economy. Through three linear regressions, it is examined how tourism GVA influences the GVA of the wholesale and retail trade, transportation and storage, and textile and leather manufacturing sectors.

Regression Results

Wholesale and Retail Trade:

Results: The model shows that an increase of 1,000 USD in tourism GVA is associated with an increase of approximately 1,942 USD in wholesale and retail trade GVA, with an R^2 of 66.62%.

Interpretation: This result indicates a positive and significant relationship, suggesting that tourism growth has a notable effect on local trade, which is vital to the economy of Tungurahua.

Transport and Storage:

Results: The regression indicates that for every 1,000 USD increase in tourism GVA, transport and storage GVA increases by 1,050 USD, with an R^2 of 47.35%.

Interpretation: Although the impact is smaller compared to the trade sector, it is still relevant. Approximately 47.35% of the

variability in this sector is explained by tourism, suggesting that transport is a crucial enabler for tourism activity.

Textile and Leather Products Manufacturing:

Results: In this case, a 1,000 USD increase in tourism GVA is associated with a 935 USD increase in manufacturing GVA, with an R^2 of 54.32%.

Interpretation: Although the relationship is positive, it suggests that other factors also play an important role in the manufacturing sector. However, tourism remains a driver of growth in this industry.

The analysis reveals that tourism acts as a significant growth driver for several economic sectors in Tungurahua, especially in wholesale and retail trade. The positive and statistically significant relationship in all models suggests that strengthening the tourism sector could have multiplier effects on the local economy.

Although tourism is a key driver, it is crucial to recognize that other factors also influence the GVA of sectors such as transportation and manufacturing. This implies that economic development policies must consider a comprehensive approach, where tourism is encouraged, but other sectors are also strengthened to maximize the economic impact in the region.

In conclusion, the evidence presented underlines the importance of tourism as an essential component in Tungurahua's economic development strategy, and highlights the need for policies that promote the sustainability and growth of the tourism sector to benefit the entire local economy.

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

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

References

Alarcon, O. & Gonzalez, H. (2018), "El Desarrollo Económico Local y las Teorías de Localización. Revisión Teórica", *Revista*

ESPACIOS, 39 (51). [Online], available at: <https://www.revistaespacios.com/a18v39n51/18395104.html> (Accessed 26.10.2024).

Altamira, R. & Muñoz, X. (2007), "El turismo como motor de Crecimiento Económico", *Anuario jurídico y económico escurialense*, 40, pp. 677-710.

Amador, C. (2021), "Dimensiones del Turismo Sostenible", *Vida Científica Boletín Científico de la Escuela Preparatoria*, 4, 9 (18), p. 18.

Apolo, J. & Cantavella, M. (2002), "Tourism as a Long-run Economic Growth Factor: The Spanish Case", *Applied Economics*, 34 (7), pp. 877-884. <https://doi.org/10.1080/00036840110058923>

Arnandis, R. (2018), *Una Revisión a la Planificación de los Recursos: Sobre los Enfoques de Evaluación y los Modelos de Adaptación al Uso Turístico*, pp. 169-189. <https://doi.org/10.14198/INTURI2018.15.08>

Arriaga, R. & González, C. (2019), "El Sector Turismo y sus Eslabonamientos Productivos: Un Análisis con Insumo Producto y Consumo Endógeno", *Revista de economía*, 36 (92), pp. 94-128.

Ascanio, A. (1994), "El turismo y Los Impactos Ambientales", *Estudios y perspectivas en turismo*, 3 (4), p. 3.

Atucha, A. & Lacaze, M. (2018), Sectores productivos. En *In Mar del Plata Entre Todos, Segundo Informe de Monitoreo Ciudadano. Para saber qué ciudad queremos, necesitamos saber qué ciudad tenemos*, pp. 240-241, Buenos Aires, Red Mar del Plata Entre Todos. ISBN 978-987-46368-2-9/. [Online], available at: https://www.dropbox.com/s/d8q41uc66myx9wl/MdP%20Entre%20Todos_Informe%202_Baja_v1.pdf?dl=1 (Accessed 26.10.2024).

Baldarrago, E. (2005), "Turismo y Desarrollo Económico Local: El Caso del Cañon del Colca en la Provincia de Caylloma – Arequipa", *Investigaciones*. [Online], available at: <https://ideas.repec.org/a/bbj/invcie/331.html> (Accessed 26.10.2024).

Banco Central del Ecuador (2023), *Programacion Macroeconómica del Sector*

Real Anual y Plurianual. [Online], available at: https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Administracion/SectorReal_092023.pdf (Accessed 26.10.2024).

Benavides, S. (2005), "El Sector Turismo: Su Aporte a la Economía", *Economía y Sociedad*, vol.10, 27, pp. 111-121. [Online], available at: <https://repositorio.una.ac.cr/handle/11056/19158> (Accessed 26.10.2024).

Benavides, S. (2020), "El Aporte del Turismo a la Economía Costarricense: Más de Una Década Después" *Economía y Sociedad*, 25 (57), pp. 1-29. <https://doi.org/10.15359/eys.25-57.1>

Bertram, G. (2002), "El Turismo de Masas: Un Concepto Problemático en la Historia del Siglo XX", *Historia Contemporánea*, 25, p. 25. <https://doi.org/10.1387/hc.5928>

Bote, V. (1996), "Research in Spain on Tourism and Economic Development", *The Tourist Review*, 51 (1), pp. 5-11. <https://doi.org/10.1108/eb058210>

Brazales, D. (2021), "Estimation of the Tourism Crisis in Ecuador by COVID-19 with a View to a Post-Pandemic Reactivation", *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27 (4), pp. 91-110. <https://doi.org/10.47750/cibg.2021.27.04.011>

Brazales, D., Mata, L. & Albán, C. (2021), "An approach to the understanding of sustainable tourism through a linear regression", *Research Result Business and Service Technologies*, 7 (3), pp. 15-31. <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2021-7-3-0-2>

Brazales, D., Quiñónez, M., Palomino, L. & Jerez, M. (2024), "The Impact of Meeting, Incentive, Conference and Exhibitions Tourism (Mice) On Economic Development of Employees of the Province Of Pichincha-Ecuador", *International Journal of Multicultural Education (IJME)*, 26 (2), pp. 10-29. <https://doi.org/10.5281/zenodo.13254712>

Briassoulis, H. (1991), "Methodological Issues: Tourism Input-

Output Analysis", *Annals of Tourism Research*, 18 (3), pp. 485-495. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(91\)90054-F](https://doi.org/10.1016/0160-7383(91)90054-F)

Brida, J., Pereyra, J., Devesa, M. & Aguirre, S. (2008), "La Contribución del Turismo al Crecimiento Económico", *Cuadernos de Turismo*, 22, p. 22.

Brida, J., Pereyra, J., Pulina, M. & Such, M. (2013), *Causalidad entre Turismo y Crecimiento Económico de Largo Plazo: Una Revisión Crítica de la Literatura Econométrica*, pp. 53-62.

Brito, L., Sotomayor, G. & Apolo, J. (2019), "Análisis y Perspectivas del Valor Agregado Bruto en la Economía Ecuatoriana", *X-pedientes Económicos*, 3 (5), p. 5.

Calderón, F. & Ruggeri, G. (2016), "Repensando las Interacciones Turismo-Desarrollo: Una revisión Paradigmática", *TURYDES: Revista sobre Turismo y Desarrollo local sostenible*, 9 (21), p. 12.

Carchipulla, E. & Carchipulla, C. (2023), "La Crisis y la Importancia del Fortalecimiento del Turismo Interno para Mejorar las Economías Locales", *Revista de Investigación Formativa: Innovación y Aplicaciones Técnico - Tecnológicas*, 5 (1), p. 1.

Cardona, D. (2020), "Revisión Bibliográfica sobre Inclusión Financiera como Estrategia de Recuperación y de Crecimiento Fintech", *Semestre Económico*, Vol. 23, 55, pp. 183-203. <https://doi.org/10.22395/seec.v23n55a8>

Carvajal, S. (2021), "Impactos Socioeconómicos y Medio Ambientales del Turismo en España", *Observatorio Medioambiental*, 23, pp. 243-288. <https://doi.org/10.5209/obmd.73171>

Carvalho, R. (2003), *Economía del Área Transfronteriza de Alentejo y Extremadura*, 19, pp. 11-14.

Casas, A., Soler, A. & Pastor, V. (2012), "El Turismo Comunitario Como Instrumento de Erradicación de la Pobreza: Potencialidades para su Desarrollo en Cuzco (Perú)", *Cuadernos de Turismo*, 30, p. 30.

- Cedeño, L., Doumet, Y. & Garcia, N. (2016), *Turismo Comunitario: Un Producto Estratégico para Diversificar las Economías Locales del Cantón Bolívar*.
- Cervantez, L., Ultreras, A., Sanchez, V. & Soledispa, B. (2023), "Turismo y Actividad Económica Estratégica para el Desarrollo Local en México", *Revista Científica Empresarial Debe-Haber*, 1, pp. 17-17.
<https://doi.org/10.62939/debehaber202317>
- Chérrez, R., López, C. & Logroño, S. (2021), "El Turismo Como Recurso Generador de Crecimiento y Desarrollo Económico Mediante Indicadores Estadísticos", *Revista Científica FIPCAEC (Fomento de la investigación y publicación científico-técnica multidisciplinaria)*, ISSN : 2588-090X , Polo de Capacitación, Investigación y Publicación (POCAIP), 6 (1), pp. 648-664.
<https://doi.org/10.23857/fipcaec.v6i1.361>
- Condori, D. & Flores, S. (2023), "Impactos Económicos del Turismo en Proveedores de Servicios Turísticos a Nivel Mundial: Una Revisión Sistemática", *Puriq*, 5, pp. 2-9.
<https://doi.org/10.37073/puriq.5.540>
- De Duque, R., Riberos, R. & Veléz, M. (2012), *La Cadena de Valor en Turismo* [Books], Universidad Externado de Colombia, Facultad de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras. [Online], available at:
<https://econpapers.repec.org/bookchap/exthot/ele/17.htm> (Accessed 26.10.2024).
- Dichiara, R. (s. f.). *Manual de Microeconomía para el Turismo*, pp. 8-15.
- Draghici, C., Pintilii, R., Peptenatu, D., Comanescu, L. & Sirodoev, I. (2015), "The Role of SPA Tourism in the Development of Local Economies from Romania", *Procedia Economics and Finance*, 23, pp. 1573-1577.
[https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00400-1](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00400-1)
- Dritsakis, N. (2004), "Tourism as a Long-Run Economic Growth Factor: An Empirical Investigation for Greece Using Causality Analysis", *Tourism Economics*, 10 (3), pp. 305-316.
<https://doi.org/10.5367/0000000041895094>
- Escobar, A., Hernández, E. & Ordoñez, A. (2020), "Turismo y Desarrollo Sustentable: Conceptos y Aproximaciones a La Realidad", *Revista Pensamiento Gerencial*, 8, p. 8.
- Ferreira, L. (2009), "Impactos do Turismo nos Destinos Turísticos", *REVISTA CIENTÍFICA DO ISCET*, 1, pp. 106-114.
- Fontan, A. (2019), "Impactos Sociais, Econômicos, Políticos e Culturais Do Turismo Cultural: Uma Revisão de Literatura", *Revista Turismo Estudos e Práticas - RTEP/UERN*, 8 (2), p. 2.
- Gambarota, D. & Lorda, M. (2017), "El Turismo como Estrategia de Desarrollo Local", *Revista Geográfica Venezolana*, 58 (2), pp. 346-359.
- García, A. & Lavalle, N. (2012), "Algunas Consideraciones Sobre la Actividad Turística", *Notas en Turismo y Economía*, 4. [Online], available at:
<http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/27078> (Accessed 26.10.2024).
- García, C., Nevárez, M. & Valles, M. (2022), *Configuración de la estructura económica de México en Base a la Dinámica de su Producto Interno Bruto y del Valor Agregado Bruto*, Vol. II. UNAM-AMECIDER. [Online], available at:
<https://ru.iiec.unam.mx/5822/> (Accessed 26.10.2024).
- Gobierno Provincial de Tungurahua (2023), *Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial Tungurahua*, 2, pp. 14-375.
- Gómez, C. & Barrón, K. (2019), "Impacts of tourism and the generation of employment in Mexico", *Journal of Tourism Analysis: Revista de Análisis Turístico*, 26 (2), pp. 94-114. <https://doi.org/10.1108/JTA-10-2018-0029>
- Gonzales, M. (2006), "La Evaluación de Impacto Ambiental como Instrumento de Gestión de Destinos Turísticos", *Teoría y Praxis*, 2, pp. 105-126.
- Hefner, F. (1990), "Using Economic Models to Measure the Impact of Sports on

Local Economies", *Journal of Sport and Social Issues*, 14(1), pp. 1-13. <https://doi.org/10.1177/019372359001400101>

Hernández, R. (2004), "Impacto económico del turismo. El papel de las importaciones como Fugas del Modelo", *Información Comercial Española, ICE: Revista de economía*, 817, pp. 23-34.

Hidalgo, M. (2018) *El Turismo como Factor de Desarrollo en el Capitalismo del Siglo XXI: Impactos Sociales y Ambientales*. [Online], available at: <http://rua.ua.es/dspace/handle/10045/74412> (Accessed 26.10.2024).

Huizar, M., Villanueva, R. & Peña, M. (2015), *Capítulo 13. Planificación turística y sustentabilidad en el municipio de Bahía de Banderas*, pp. 315-331.

Jiménez, C. (2006), "Una Revisión Conceptual Aplicada", *EL PERIPLO SUSTENTABLE*, 11.

Kim, S. & Kim, K. (1998), "Impact of Tourism on Local Economies: An Income Multiplier Analysis", *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 2 (2), pp. 49-56. <https://doi.org/10.1080/10941669808721996>

Knetsch, J. & Var, T. (1976), "The Impacts of Tourism and Recreational Facility Development", *The Tourist Review*, 31 (4), pp. 5-10. <https://doi.org/10.1108/eb057736>

López, A. & de Esteban, J. (2010), *El Turismo Sostenible como Dinamizador Local*. [Online], available at: <https://eciencia.urjc.es/handle/10115/33193> (Accessed 26.10.2024).

López, L. (2014), *Impactos Territoriales del Turismo y Lineamientos de Ordenación para Territorios con Vocación Turística: Estudio de Caso en el Municipio de Santa Fe de Antioquia – Colombia*. [Online], available at: <https://repositorio.unal.edu.co/handle/unal/21866> (Accessed 26.10.2024).

Maldonado, C. (2006), *Turismo y Comunidades Indígenas: Impactos, Pautas para Autoevaluación y Códigos de Conducta* [ILO Working Paper], International Labour Organization. [Online], available at:

<https://econpapers.repec.org/paper/iloilowps/993907613402676.htm> (Accessed 26.10.2024).

Méndez, J. (2020). *Microeconomía: La Economía en la Empresa* (1º), Grupo Editorial Patria.

Merino, M. (2021), *Tourism and Economic Development: Concept, Evolution and Validity*.

Mihalic, T. (2011), "Economic Impacts of Tourism, Particularly its Potential Contribution to Economic Development", En *Handbook of Tourism Economics*, pp. 645-682, WORLD SCIENTIFIC. https://doi.org/10.1142/9789814327084_0028

Ministerio de Turismo Ecuador (2024), *Entradas y Salidas Internacionales. Portal de servicios*. [Online], available at: <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-en-cifras/entradas-y-salidas-internacionales/> (Accessed 26.10.2024).

Mondéjar, J. & Vargas, M. (2008), "Indicadores sintéticos: Una Revisión de los Métodos de Agregación", *Economía, sociedad y territorio*, 8 (27), pp. 565-585.

Moral, S., Cañero, P., Jimber, J. & Orgaz, F. (2016), "Turismo Fronterizo como Motor de Desarrollo de la Frontera: Una Revisión de la Literatura", *International journal of scientific management and tourism*, 2 (2), pp. 249-269.

Moral, S. & Valverde, J. (2018), "Impactos Socioculturales del Turismo: Una Aplicación al Turismo Fronterizo", *Revista Contribuciones a las Ciencias Sociales*. [Online], available at: <http://helvia.uco.es/xmlui/handle/10396/22803> (Accessed 26.10.2024).

Mundial, P. (2021), *Patrimonio Mundial en China*. 99, pp. 40-99. <https://doi.org/10.18356/27887154-2021-99-5>

Orgaz, F. (2013), "El Turismo Comunitario como Herramienta para el Desarrollo Sostenible de Destinos Subdesarrollados", *Nomadas*. [Online], available at: <https://go.gale.com/ps/i.do?p=IFME&sw=w&issn=15786730&v=2.1&it=r&id=GALE%7CA347003855&sid=googleScholar&linkaccess=abs> (Accessed 26.10.2024).

Orgaz, F. (2015), "Los Impactos Económicos, Sociales y Medioambientales Negativos en el Ecoturismo: Una Revisión de la Literatura", *Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales y Jurídicas*, 42 (2), pp. 139-148.

https://doi.org/10.5209/rev_NOMA.2014.v42.n2.48781

Padrón, H. (2020), *La Medición del Impacto Económico del Turismo: Metodología y Principales Resultados de la Cuenta Satélite del Turismo en la Unión Europea*.

<https://doi.org/10.14198/INTURI2020.20.04>

Papatheodorou, A. (1999), "The Demand for International Tourism in the Mediterranean Region", *Applied Economics*, 31 (5), pp. 619-630.
<https://doi.org/10.1080/000368499324066>

Picornell, C. (1993), "Los Impactos del Turismo", *Papers de Turisme*, 11, pp. 65-92.

Piñar, M., Negrete, J., Wojtarowski, A. & Silvia, E. (2016), *La Responsabilidad Social Empresarial como Pieza Clave en la Transición Hacia el Desarrollo Sustentable en el Sector Turístico*, 14. [Online], available at: https://pasosonline.org/en/articles/889-pasos_revista_de_turismo_y_patrimonio_cultural_vol_14_n1_2016 (Accessed 26.10.2024).

Pizzolon, F., Lanzilotta, B. & Brida, J. (2013), "El Turismo Como Factor del Crecimiento Económico: Un Estudio Comparativo de los Países del MERCOSUR", *Revista de economía mundial*, 34, pp. 75-96.

Ramukumba, T., Mbulaheni, V., Mwamayi, K. & Groenewald, J. (2012), "Analysis of Local Economic Development (LED) Initiated Partnership and Support Services for Emerging Tourism Entrepreneurs in George Municipality, Western Cape Province, RSA", *Tourism Management Perspectives*, pp. 2-3, 7-12.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2011.12.006>

Riera, A., Capó, F. & Rosselló, J. (2006), "Una Revisión del Análisis Económico del Turismo", *Principios: estudios de economía política*, 5, pp. 5-32.

Ronquillo, S. (2015), "El Aporte de la Actividad Turística y el Ingreso de Divisas para el Ecuador", *Revista Empresarial*, 9 (35), pp. 35-43.

Rubinfeld, D. & Pindyck, R. (2013), *Microeconomía*, 7, pp. 6-802.

Ruiz, A., Villar, L. & Ávila, J. (2020), "Revisión Teórica sobre la Innovación en el Desarrollo del Turismo Sostenible y su Influencia Socio Ambiental", *ECA Sinergia*, 11 (1), pp. 133-143.

Salazar, N. (2006), *Antropología del Turismo en Países en Desarrollo: Análisis Crítico de las Culturas, Poderes e Identidades Generados por el Turismo*, pp. 101-119.

Samuelson, P. & Nordhause, W. (2010), *Macroeconomía con Aplicaciones en Latinoamérica*, [Online], available at: https://www.academia.edu/35223383/Samuelson_19_edici_Macroeconomia (Accessed 26.10.2024).

Schneider, L. & Gonzalez, J. (2023), "Estrategias de Integración para la Reactivación Económica en el Sector de Hostales: Una Revisión", *Revista científica anfibios*, 6 (1), p. 1.
<https://doi.org/10.37979/afb.2023v6n1.125>

Schneider, R. (2013), *Antropología del Turismo La Industria Sin Chimeneas*. [Online], available at: https://www.academia.edu/19989491/ANTR_POLOG%C3%8DA_DEL_TURISMO_La_industria_sin_chimeneas (Accessed 26.10.2024).

Selva, B. (2016), "Cultura como Componente de los Procesos de Desarrollo Económico y Social: Un Análisis del Estado del Arte", *Población y Desarrollo*, 22 (43), pp. 45-53.
[https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2016.022\(43\)045-053](https://doi.org/10.18004/pdfce/2076-054x/2016.022(43)045-053)

Severiche, C., Bedoya, E., Meza, M. & Sierra, D. (2017), *Gestión para la Sostenibilidad Ambiental, Sociocultural y Económica en el Sector Hotelero: Revisión de la Literatura*, *Revista Telos, EBSCOhost*, 19 (3), 475. <https://doi.org/10.36390/telos193.06>

Sharma, B. & Kaur, A. (2022), *Multi-Dimensional Aspects of Management*, pp. 350-400.

Soza, S. (2016), "Impactos del Turismo y de la Conmutación Centrípeta-Centrífuga en el Sur de Chile: Enfoques Clásicos y Nuevos para su Interpretación", *Revista de Métodos Cuantitativos para la Economía y la Empresa*, 21. <https://doi.org/10.46661/revmetodoscuantecoenpresa.2253>

Suhel, S. & Bashir, A. (2018), "The Role of Tourism Toward Economic Growth in the Local Economy", *Economic Journal of Emerging Markets*, pp. 32-39. <https://doi.org/10.20885/ejem.vol10.iss1.art4>

Tarancón, M. (2005), "Diferencias estructurales en las actividades del turismo entre Andalucía y Comunidad Valenciana: Aplicación del análisis input-Output Cualitativo con Análisis de Sensibilidad", *Revista de estudios regionales*, 72, pp. 165-190.

Tarlombani, A. (2005), "Turismo y sustentabilidad: Entre el Discurso y la Acción", *Estudios y perspectivas en turismo*, 14 (3), pp. 222-238.

Tohmo, T. (2005), "Economic Impacts of Cultural Events on Local Economies: An Input—Output Analysis of the Kaustinen Folk Music Festival", *Tourism Economics*, 11(3), pp. 431-451. <https://doi.org/10.5367/000000005774352980>

Varisco, C. (2005), "Qué es una cuenta Satélite de Turismo?", *FACES*, 11 (23), p. 23.

Violante, R. (2013), "Hacia una Gestión Sostenible de las Actividades Turísticas en los Espacios Rurales y Naturales", *Revista Internacional de Organizaciones*, 10, p. 10. <https://doi.org/10.17345/rio10.131-155>

Viveros, L., Urestra, R., Caza, E., Mera, W., & Realpe, I. (2017), "El Desafío del Desarrollo en las Fronteras: Economía y Comercio de la Zona de Integración Fronteriza Ecuatoriana - cColombiana", En *Unidad de Producción y Difusión Científica y Académica*, Unidad de Producción y Difusión

Científica y Académica. <https://doi.org/10.32645/9789942914484>

Zamora, R. & Coello, G. (2015), *El Valor Agregado Bruto (VAB) del Comercio en la Provincia de Tungurahua*, pp. 7-10. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.4944.4723>

Zapata, S., Rodríguez, M., Mejía, M. & Brida, J. (2017), "La Contribución Directa del Turismo al Crecimiento Económico de Colombia: Análisis por Ramas Características del Sector Utilizando la Cuenta Satélite de Turismo - CST", *Revista de Estudios Regionales*, 2, pp. 121-138.

Zhong, L., Deng, J., Song, Z. & Ding, P. (2011), "Research on Environmental Impacts of Tourism in China: Progress and Prospect", *Journal of Environmental Management*, 92 (11), pp. 2972-2983. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2011.07.011>

Information about the authors

Diego Brazales, PhD (c) Associate Professor, Department of Economic, Administrative and Commercial Sciences, Head of the Continuing Education Center

Odalys Toledo Villamar, Tourism Student, Department of Economic, Administrative and Commercial Sciences

Verónica Valverde Guanoquiza, Tourism Student, Department of Economic, Administrative and Commercial Sciences,

Данные об авторах

Диего Бразалес, доктор философии, доцент кафедры экономических, административных и коммерческих наук, руководитель Центра непрерывного образования

Одалис Толедо Вильямар, студентка факультета туризма факультета экономических, административных и коммерческих наук

Вероника Вальверде Гуанокиса, студентка факультета туризма факультета экономических, административных и коммерческих наук

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-2

Горбатов С. А.

**Анализ показателей функционирования средств
размещения в детско-юношеском и молодёжном туризме
в Краснодарском крае**

Федеральное государственное бюджетное учреждение науки «Федеральный
исследовательский центр «Субтропический научный центр Российской академии наук»,
ул. Яна Фабрициуса, 2/28, Сочи 354002, Краснодарский край, Россия

e-mail: Legolas.vk@yandex.ru
ORCID 0000-0001-9830-0594

*Статья поступила 16 ноября 2024 г.; принята 10 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. Детский и молодёжный туризм в современной России воспринимаются не только как самостоятельные направления туристской отрасли, но и в качестве эффективных средств достижения национальных целей. Министерством просвещения РФ 2025 год объявлен годом детского отдыха в системе образования. Одним из передовых регионов детского и молодёжного отдыха всегда был и остается Краснодарский край. Доля туризма в ВРП составляет более 6%. В период летней оздоровительной кампании край принимает наибольшее число детей в сравнении со всеми другими регионами страны. Показатели деятельности коллективных средств размещения в крае являются одним из индикаторов состояния сферы детского и молодёжного туризма. В исследовании показана динамика количества детских санаторно-курортных организаций, различных типов детских летних оздоровительных учреждений, молодёжных средств размещения в виде хостелов, кемпингов и мотелей в России, Южном федеральном округе и Краснодарском крае за последние 8 лет. Установлена доля таких организаций, приходящаяся на Краснодарский край, вычислены средние темпы прироста ряда показателей. Рассчитаны усредненные показатели деятельности детских санаторно-курортных организаций на территории Краснодарского края на основе анализа функционирования 8 санаториев, в частности, стоимость детской санаторно-курортной путевки и темпы роста цен на нее, рост объема государственного задания на санаторно-курортное лечение, объем средств, выделяемых государством на 1 койко-день. Проведен сравнительный анализ средних цен в России и Краснодарском крае на путевку в детский оздоровительный лагерь. Проанализированы доходы от деятельности хостелов и мотелей в крае. Сделан вывод о необходимости развития низкобюджетного отдыха для детей и молодежи в Краснодарском крае как обязательного условия реализации туристского потенциала региона.

Ключевые слова: коллективные средства размещения; туризм в Краснодарском крае; детско-юношеский туризм; детский туризм; молодежный туризм; развитие туризма; туризм

Для цитирования: Горбатов С. А. Анализ показателей функционирования средств размещения в детско-юношеском и молодёжном туризме в Краснодарском крае // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 21-36. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-2

Благодарности: Исследование выполнено в рамках реализации Государственного задания ФИЦ «Субтропический научный центр РАН» № FGRW-2022-0001 «Теоретико-методологические основы стратегического управления и инновационного развития рекреационно-туристской сферы РФ»

UDC 338.48

Svyatoslav A. Gorbатов

**Analysis of the performance indicators of accommodation facilities
in children's and youth tourism in the Krasnodar Territory**

Subtropical Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences,
2/28 Yan Fabricius St., Sochi 354002, Russia

e-mail: Legolas.vk@yandex.ru
ORCID 0000-0001-9830-0594

Abstract. The field of children's and youth tourism in contemporary Russia is regarded not only as a standalone sector within the broader tourism industry, but also as a strategic instrument for attaining national objectives. The Ministry of Education of the Russian Federation declared 2025 the Year of Children's Recreation in the Education System. The Krasnodar Territory has consistently been and continues to be one of the leading regions for children's and youth recreation. The share of tourism in gross regional product is more than 6%. During the summer health campaign, the region receives the largest number of children in comparison with all other regions of the country. The performance indicators of collective accommodation facilities in the region are one of the indicators of the state of the children's and youth tourism. The study presents an in-depth analysis of the growth and evolution of children's health resort organisations, various types of children's summer health institutions, youth accommodation facilities in the form of hostels, campsites and motels in Russia, the Southern Federal District and Krasnodar Territory over the past eight years. The share of such organizations in the Krasnodar Territory was established, the average growth rates of a number of indicators were calculated. The average indicators of the activities of children's health resort organizations in the Krasnodar Territory were calculated based on the analysis of the functioning of 8 sanatoriums, in particular, the cost of a children's health resort voucher and the growth rate of prices for it, the growth of the volume of the state assignment for health resort treatment, the amount of funds allocated by the state for 1 bed-day. A comparative analysis of average prices in Russia and the Krasnodar Territory for a voucher to a children's health camp was conducted. The income generated by the hospitality sector in the Territory was subjected to analysis. It was determined that the Krasnodar Territory requires the development of low-budget

recreational activities for children and youth as a prerequisite for fully realizing the region's tourist potential.

Keywords: collective accommodation facilities; tourism in Krasnodar Territory; children's and youth tourism; children's tourism; youth tourism; tourism development; tourism

For citation: Gorbatov, S. A. (2024), "Analysis of the performance indicators of accommodation facilities in children's and youth tourism in the Krasnodar Territory", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 21-36. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-2

Acknowledgments: The article has been prepared in accordance with the State order to FRC Subtropical Scientific Center of the Russian Academy of Sciences FGRW-2022-0001 «Theoretical and methodological bases of strategic management and innovative development of the recreational and tourist sphere of the Russian Federation»

Введение (Introduction). Ещё в дореволюционной России внимание исследователей привлекали богатые природные лечебные ресурсы Причерноморья, рассредоточенные по всей длине береговой полосы вдоль Кавказского хребта. Уже в 1915 году были в меру обустроены и отмечены на карте такие лечебные места, как Сочи, Красная Поляна, Новороссийск, Геленджик, Анапа (отдельно Семигорье), Горячий Ключ, Михайловский, Ширванская и ряд других (Владикавказская железная дорога, 1913), на которые вместе с Крымским побережьем приходилась большая половина от всех отдыхающих на курортах россиян (Харалдина, 2008: 216). К Первой Мировой войне в этих населённых пунктах функционировали около 10 детских санаториев (Крюкова, 2023) из 14 в стране (Караченцева, Волков, 1986), а с Красной Поляны регулярно осуществляли восхождения в горы студенческие группы, в том числе с научно-образовательными целями (Юбилейный сборник, 1915).

В СССР Краснодарский край получил прозвища «край курортов» (Самойлович, 1964) и «жемчужина России» (Горшенев, 1983): ядром «крупнейшего рекреационного региона страны» (Горшенев, 1983: 4) являлся город Сочи, где в 1939 году имелось 8 860 санаторно-курортных коек, а отдыхало ежегодно перед Второй Мировой войной

от 90 000 (Городовой, 2006) до 103 000 человек (Курорты СССР, 1951). В Анапе до войны каждый год лечились и отдыхали до 15 000 детей (Курорты СССР, 1951), Горячий Ключ принимал на лечение 4 200 человек, в Геленджике работали 7 пионерских лагерей. За 40 лет потенциал региона был существенно раскрыт: в первой половине 1980-ых годов в Краснодарском крае функционировало свыше 700 пионерских лагерей, 3 специализированных детских санатория (2 в г. Сочи и 1 в г. Анапе), 45 детских дач, которые в совокупности принимали до 600 000 детей в год (Домнич, 2017).

После распада СССР развитие туризма в стране пошло по сугубо экономической траектории: целями стимулирования путешествий стали извлечение прибыли, повышение конкурентоспособности региона, получение мультипликативного эффекта. Только начиная с 2019 года после перехода к системе национального проектирования детский и молодёжный туризм стали рассматриваться в качестве инструментов реализации программ, направленных на развитие культуры, спорта, образования, здравоохранения и прочих сфер в Российской Федерации.

За первые 9 месяцев 2024 года Краснодарский край лидирует по числу туристских поездок (согласно оценке туристского потока), немного опережая

Москву и находясь существенно впереди Московской области; в 2023 году регион находился на втором месте, уступив Москве¹. Краснодарский край является вторым по привлекательности регионом России для путешествий молодёжи², на его территории продолжают функционировать старейшие детские лагеря страны. Исторически данный регион играет большую роль в отдыхе и оздоровлении населения страны.

Показатели деятельности коллективных средств размещения в крае являются одним из индикаторов состояния сферы детского и молодёжного отдыха. На сегодняшний день практически отсутствуют работы, в которых проводился бы подобный анализ. Либо авторы рассматривают развитие детского и молодёжного туризма в Краснодарском крае, обходя стороной вопросы размещения, например, Е.С. Гинкул и И.В. Лейба (Гинкул, Лейба, 2021), Д.В. Сидорова и А.А. Филобок (Сидорова, Филобок, 2017); либо изучают общие вопросы развития туризма в Краснодарском крае, упоминая деятельность гостиничного бизнеса, но без рассмотрения специализированных средств размещения для детей и молодёжи, например, Н.В. Капустина и Р.А. Заплатин (Капустина, Заплатин, 2022), Королева Н.В. (Королева Н.В., 2022).

Цель исследования (The aim of the work). Целью данного исследования выступает выявление особенностей функционирования коллективных средств размещения в Краснодарском крае в детском и молодёжном туризме через анализ показателей их деятельности для понимания траекторий дальнейшего развития данных направлений туризма на территории региона.

¹ Оценка туристского потока // Официальный сайт Росстата. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>

² Названы самые популярные туристические направления для российской молодёжи // Официальный сайт новостного портала ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/15026149>

Материалы и методы (Materials and Methods). Методологической основой исследования выступает системный подход, который позволяет рассматривать отдельные составляющие детско-юношеского и молодёжного туризма как самодостаточные объекты. Среди общенаучных методов в рамках указанного подхода особенно можно выделить: анализ и синтез как способы покомпонентного изучения объекта исследования и установления новых взаимосвязей, индуктивно-дедуктивные цепочки рассуждений для получения логически выверенных выводов, сравнение и сопоставление статистических данных, моделирование и абстрагирование для упрощения и концентрации на конкретных элементах системы. Среди специальных методов исследования были использованы экономико-статистические, в частности, проведен анализ рядов динамики.

Основными материалами исследования послужили данные Росстата, Министерства экономического развития РФ и Министерства экономики Краснодарского края, региональные статистические сборники, а также отчёты о деятельности организаций и учреждений, находящиеся в открытом доступе.

Результаты исследования их обсуждение (Results and Discussion). Множество научных исследований посвящено изучению возрастных особенностей таких групп потребителей туристских услуг, как молодёжь и дети. Одним из главных условий выбора средства размещения для молодёжи является низкая стоимость проживания, которая может сопровождаться определенным набором неудобств: многоместные комнаты, общий санузел, отсутствие горячей воды, неудобное расположение и др. Это делает привлекательным для молодёжи такие виды мест размещения, как hostels, кемпинги, глэмпинги, палаточные лагеря и даже общественные средства транспорта (Gorbatov, 2021; Oana, Orsolya, 2022). Дети

в зависимости от цели поездки могут размещаться с родителями в гостиницах и отелях (семейный, развлекательный туризм), в санаторно-курортных организациях (реабилитация) или в оздоровительных учреждениях (профилактика, летний отдых).

Краснодарский край занимает

первое место по числу санаторно-курортных организаций для детей: на 2023 год их количество составляет 54 единицы (10,5% от общего количества в стране). В среднем, каждая пятая организация такого типа, начинающая или прекращающая свою деятельность в стране, приходится на данный регион (рис. 1).

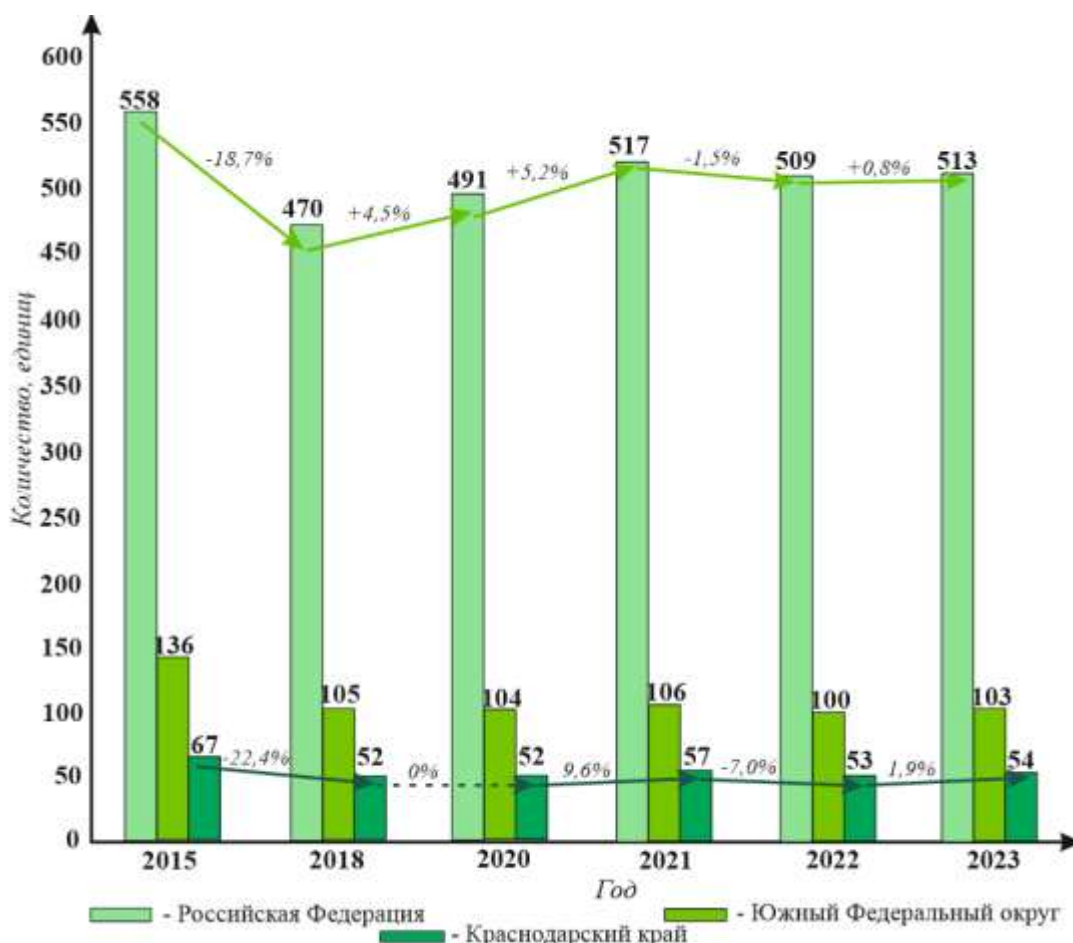


Рис. 1. Динамика количества детских санаторно-курортных организаций в России, ЮФО и Краснодарском крае за 2015, 2018, 2020-2023 годы

Fig. 1. Dynamics of the number of children's health resort organizations in Russia, the Southern Federal District and Krasnodar Territory for 2015, 2018, 2020-2023
Источник: данные Росстата и собственные расчеты. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/13807>

Ввиду отсутствия обобщенных статистических данных по отдельным показателям деятельности детских санаторно-курортных организаций, был проведён анализ функционирования 8

детских санаториев, расположенных на территории Краснодарского края (15% от общего числа), результаты которого частично отображены в табл. 1.

**Показатели деятельности детских санаторно-курортных организаций
на территории Краснодарского края**

Таблица 1

Table 1

**Performance indicators of children's health resort organizations
in the Krasnodar Territory**

Показатель	Наименование детской санаторно-курортной организации			
	имени Н.А. Семашко ¹	«Голубая волна» ²	«Василек» ³	имени Н.И. Пирогова ⁴
Учредитель	Минздрав РФ	Минздрав Краснодарского края		
Кочная мощность, ед.	310	310	105	300
Стоимость санаторно-курортного лечения на 2024 г., руб.	за 21 день пребывания		нет платных услуг	за 21 день пребывания
	4-местный номер	3-5-местный номер		
	58 800	54 600		56 300
	1 койко-день «Мать и дитя»	1 койко-день в стационаре		1 койко-день в стационаре
	3 900	3 384		3 315
Стоимость отдельных медицинских услуг:			нет платных услуг	
прием педиатра	800	607		-
общий анализ крови	450	357		480
ванны лекарственные	500	196		327
ингаляторное введение лекарственных средств	200	350		126
массаж шеи	400	287		-
Государственное задание: санаторно-курортное лечение в койко-днях, ед.				
2020 г.	68 000	57 645	48 390	80 000
2021 г.	82 000	40 352	48 390	75 520
2022 г.	82 000	48 825	48 390	71 720
2023 г.	82 000	55 125	48 390	78 240
2024 г.	-	55 125	48 390	53 625
доля инвалидов, %	отсутствует	1	7	4
Объем выполненного государственного задания за 2022 г., %	-	100,00	87,90	100,95
Объём выделяемых средств на реализацию государственного задания, тыс. руб.				
2020 г.	185 839,1	-	-	110 441,8
2021 г.	238 462,0	-	109 813,0	129 159,1
2022 г.	-	179 532,5	113 841,3	-
2023 г.	-	182 099,9	126 550,9	175 365,2
Поступления от продажи товаров, услуг сверх государственного задания, тыс. руб.				
2017 г.	23 317,0	-	0	5 949,0
2018 г.	20 288,7	-	0	5 566,7
2020 г.	15 763,2	-	0	926,3
2021 г.	25 222,1	-	0	2 931,2

Источник: отчеты о финансово-хозяйственной деятельности детских санаторно-курортных организаций. Данные Министерства здравоохранения Краснодарского края о мониторинге

выполнения государственного задания. URL: <https://minzdrav.krasnodar.ru/activity/gosudarstvennye-uslugi/gos-mun-uslugi2/god-2022>

¹План финансово-хозяйственной деятельности ГБУЗ «Детский санаторий имени Н.И. Пирогова»: 2018, 2019, 2021, 2023 годы // Официальный сайт ГБУЗ «Детский санаторий имени Н.И. Пирогова». URL: <http://www.seachildren.ru/?op=con&mid=9¶m=1,25,1,1>

²Перечень платных медицинских услуг // Официальный сайт детского санатория «Голубая волна». URL: <https://www.guz-vasilek.ru/about/>

³Отчеты о результатах деятельности организации и об использовании закрепленного за ним государственного имущества: 2023, 2022, 2021, 2018 годы // Официальный сайт детского санатория «Василек». URL: <https://www.guz-vasilek.ru/about/docs>

⁴Отчёт о финансовых результатах: 2017-2021 годы // Официальный сайт детского дерматологического санатория им. Н.А. Семашко. URL: <https://xn----7sbooikqbug1eg.xn--p1ai/accounting-statement.html>

Средняя стоимость детской путевки в санаторно-курортное учреждение Краснодарского края на 2024 год, согласно расчетам, составляет 57 364 рубля за 21 день пребывания, тогда как средняя стоимость аналогичной путевки в других регионах России (за исключением Москвы и Московской области) варьируется от 31 000 рублей до 42 000 рублей. Средний рост цен на путевку в крае за последние 4 года составляет около 9%, что сопоставимо с уровнем инфляции в стране. Размещение детей стандартно осуществляется в четырёх-шестиместных комнатах с общими удобствами на этаже. Пребывание 1 день в стационаре учреждения без путевки в среднем в крае составляет 3 632 рубля, в отделении «Мать и дитя» – 3 902 рубля.

Большинство детских санаторно-курортных организаций принадлежат федеральному или региональному министерству здравоохранения, в связи с чем ежегодно получают государственное задание в виде обязательного предоставления лечения, измеряемого в койко-днях, и финансирование на его выполнение. В среднем, в крае объем государственного задания за последние 3 года увеличился на 5,6%, а среднее отклонение от его выполнения составляет

–7,1% (имеет место быть недовыполнение). В основном, недовыполнение плана находится в рамках 5% допустимого уровня отклонений, закладываемого в государственное задание, однако периодически случаются экстремальные отклонения (например, в 2022 году «Василек» выполнил лишь 87,9% задания). Наблюдается ежегодное увеличение объема выделяемых средств на 6-10%. На 1 койко-день в среднем государство выделяет 2 813 рублей.

Можно отметить снижение доходов детских санаторно-курортных организаций от реализации услуг вне государственного задания, которое наметилось в 2016 году и достигло апогея в годы пандемии COVID-19: в 2020 году потери составили от 20% до 80%. Далее особенно востребованными оказались те санатории, которые специализируются на лечении органов дыхания. На момент 2021 года 3 из 8 санаториев, деятельность которых подверглась анализу, превысили показатели доходности доковидного периода.

В табл. 2 представлены рассчитанные средние значения показателей деятельности детских санаторно-курортных организаций в Краснодарском крае на основе анализа 8 таких санаториев.

Таблица 2
Усредненные показатели деятельности детских санаторно-курортных организаций на территории Краснодарского края

Table 2
Average performance indicators of children's health resort organizations in the Krasnodar Territory

Наименование показателя	Среднее значение
Стоимость детской путевки в санаторно-курортную организацию за 21 день пребывания на 2024 г., руб.	57 364
Рост цен на детскую путевку в санаторно-курортную организацию за 2021-2024 годы, %	8,7
1 день пребывания в стационаре санаторно-курортной организации на 2024 г., руб.	3 632
1 день пребывания в отделении «Мать и дитя» в санаторно-курортной организации на 2024 г., руб.	3 902
Рост объема государственного задания, выраженного в предоставлении санаторно-курортного лечения в койко-днях, %	5,6
Отклонение от выполнения государственного задания, %	-7,1
Увеличение объема средств на реализацию государственного задания, %	8,1
Объем средств, выделяемых государством на 1 койко-день, руб.	2 813

Источник: составлено автором на основе расчетов

В рамках летнего отдыха, в частности, летней оздоровительной кампании (далее – ЛОК) и профилактики здоровья дети посещают оздоровительные

учреждения различного типа. На рисунке 2 представлена динамика детских летних оздоровительных учреждений в Российской Федерации.

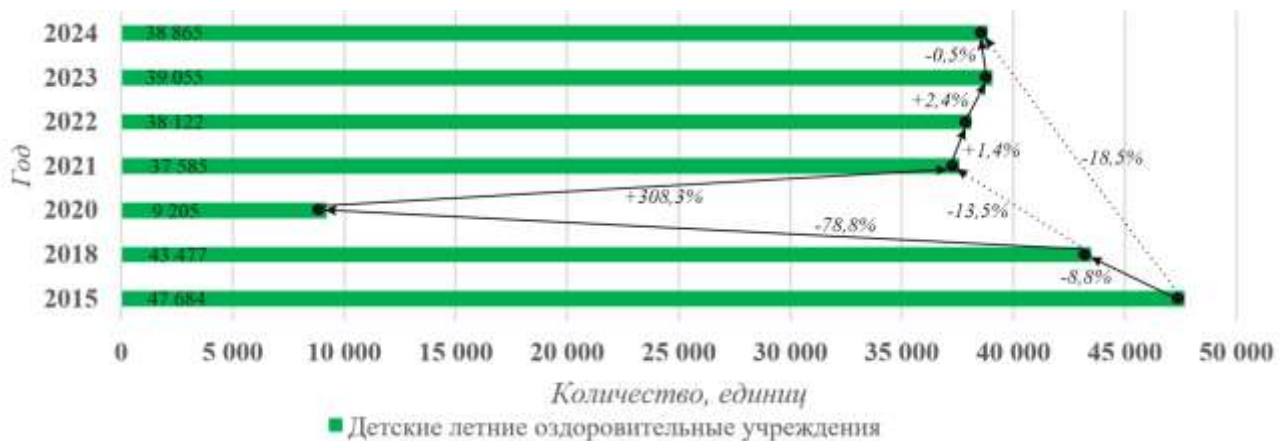


Рис. 2. Динамика количества функционирующих детских летних оздоровительных учреждений в Российской Федерации за 2015, 2018, 2020-2024 годы

Fig. 2. Dynamics of the number of functioning children's summer health institutions in the Russian Federation for 2015, 2018, 2020-2024

Источник: данные ЕМИСС и собственные расчеты. URL:
<https://www.fedstat.ru/indicator/37314?ysclid=m3rqh38bmo251404164>

Отчётливо видно, что ещё до пандемии COVID-19 имело место быть снижение числа детских оздоровительных учреждений по всей России (в 2018 году на 8,8% меньше, чем в 2015 году). В 2020 году функционировала только пятая часть учреждений. В последующие годы наблюдался рост, который сменился

незначительным спадом в 2024 году. Если рассматривать 2015 год как базовый, то за 9 лет количество детских оздоровительных учреждений снизилось на 18,5% без серьезных перспектив к дальнейшему активному росту. Данные по аналогичному показателю в ЮФО и Краснодарском крае представлены на рис. 3.

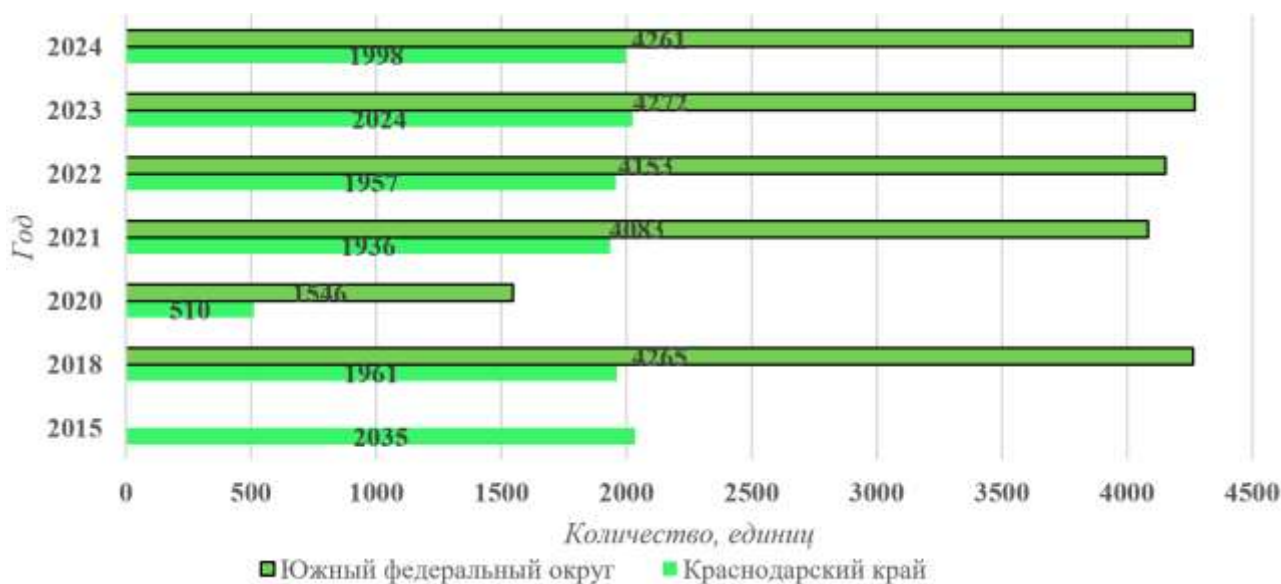


Рис. 3. Динамика количества функционирующих детских летних оздоровительных учреждений в ЮФО и Краснодарском крае за 2015, 2018, 2020-2024 годы

Fig. 3. Dynamics of the number of functioning children's summer health institutions in the Southern Federal District and Krasnodar Territory for 2015, 2018, 2020-2024

Источник: данные ЕМИСС. URL:

<https://www.fedstat.ru/indicator/37314?ysclid=m3rqh38bmo251404164>

По количеству детских летних учреждений Краснодарский край занимает первое место в России, совсем немного опережая Башкортостан (на 6,5%) и намного третий в этом списке Татарстан (38,2%). Разница с Республикой Башкортостан на 2024 год оказалась самой минимальной за последние 10 лет: в постковидные годы в Краснодарском крае средний темп прироста по данному показателю составляет 0,27%, тогда как в Башкортостане – 2,2%. До 2024 года каждое третье учреждение такого типа, начинающее или прекращающее свою

деятельность в Южном федеральном округе, приходилось на Краснодарский край. В 2024 году, наоборот, на фоне уменьшения детских летних учреждений в Краснодарском крае наблюдается увеличение в других регионах округа. По сравнению с 2015 годом, на 2024 год общее число детских летних оздоровительных учреждений в Краснодарском крае снизилось на 1,8%.

Рассмотрим далее детские оздоровительные учреждения в разрезе их различных типов (рис. 4).

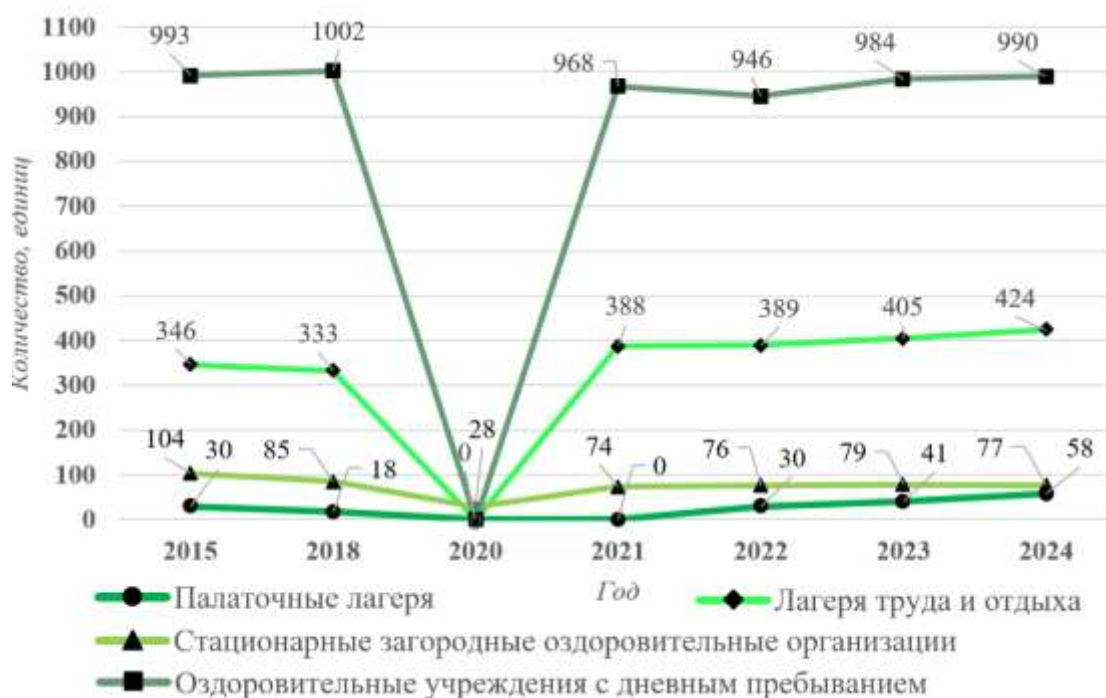


Рис. 4. Динамика количества детских летних оздоровительных учреждений по типам в Краснодарском крае за 2015, 2018, 2020-2024 годы

Fig. 4. Dynamics of the number of children's summer health institutions by type in the Krasnodar Territory for 2015, 2018, 2020-2024

Источник: данные ЕМИСС. URL:

<https://www.fedstat.ru/indicator/37314?ysclid=m3rqh38bmo251404164>

Общая тенденция снижения числа оздоровительных учреждений в допандемийный период находит своё подтверждение и в разрезе динамики количества отдельных типов таких учреждений: в 2018 году по сравнению с 2015 годом число палаточных лагерей снизилось на 40%, стационарных загородных оздоровительных учреждений – на 18%, лагерей труда и отдыха – на 3,8%. В 2020 году ЛОК в Краснодарском крае проводилась в крайне ограниченном формате: отдохнула восьмая часть детей от ежегодной нормы (Курортно-туристский комплекс, 2024), палаточные лагеря и лагеря труда и отдыха не функционировали полностью, в малом объеме осуществляли свою деятельность загородные оздоровительные учреждения. После пандемии наметился

незначительный рост, в результате которого к 2024 году по сравнению с 2015 годом численность палаточных лагерей увеличилась почти вдвое, лагерей труда и отдыха – почти на четверть. При этом наблюдается сворачивание деятельности других типов организаций отдыха, не обозначенных на графике: детских дач и загородных домов санаторного типа.

Цены на детский лагерьный оздоровительный отдых в Краснодарском крае минимум на 50% выше средних цен по России, а в некоторые годы разница составляла 60-70%. По данным сайта «детский-лагерь24.рф», на 2025 год средняя стоимость детской путевки на Черное море составляет 80,8 тыс. рублей. Ежегодное удорожание путевки составляет от 15% до 20% (табл. 3).

Таблица 3

**Средняя стоимость путевки в детский лагерь по России и Краснодарскому краю
за 21 день пребывания, тыс. руб.**

Table 3

**Average cost of a trip to a children's camp in Russia and Krasnodar Territory for 21 days of stay,
thousand rubles**

Показатель	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Средняя цена на 1 путевку в детский лагерь в России	21,6	22,4	28,1	38,1	45,7	49,3	54,9
Средняя цена на 1 путевку в детский лагерь в Краснодарском крае	36,8	41,5	45,6	54,2	62,8	72,2	80,8

Источник: расчеты, выполненные на основе данных, полученных на официальном сайте детского лагерного летнего отдыха. URL: детский-лагерь24.рф

Деятельность средств размещения в молодёжном секторе туризма практически не подвергается статистическому анализу ввиду отсутствия исходных данных. Росстат не ведёт подробных наблюдений отдельно по хостелам, туристским базам, общественным средствам транспорта, палаточным лагерям, кемпингам, относя их либо к «гостиницам и аналогичным средствам размещения», либо к «специализированным средствам размещения» без детализации. В Краснодарском крае средства размещения для молодёжи стали набирать популярность только последние 8 лет, начиная с 2016 года. Во многом эту тенденцию определило увеличение числа посещений края молодёжью после проведения Зимних Олимпийских игр, с одной стороны, и удорожание стоимости проживания в гостиницах, с другой стороны. Обобщим собранные данные по деятельности средств размещения в молодёжном секторе туризма в табл. 4.

Краснодарский край не является лидирующим регионом ни по числу хостелов, ни по числу moteley: на 2016 год на его территории располагалось 28 первых (3,0%) и 15 вторых (5,3%). В

последующие годы количество хостелов начало возрастать, однако за 2022-2023 годы их число снова снизилось из-за ужесточения требований к функционированию такого типа средств размещения. Средняя стоимость проживания на 2023 год в хостеле за 1 ночь составляет всего 618 рублей, в мотеле – 1 152 рубля, что существенно ниже, чем, например, в гостинице (2 104 рублей) или в доме отдыха (2 912 рублей).

Невозможно установить точное число хостелов на территории Краснодарского края за 2021-2023 годы ввиду отсутствия каких-либо сведений. Количество кемпингов на 2022 год составляло 82 единицы, на 2023 год – 97 единиц; в целом, востребованность кемпингов среди молодых людей с каждым годом всё более возрастает. Доходы хостелов и moteley по сравнению с 2018 годом увеличились практически в 2 раза, однако в 2023 году наблюдалось снижение из-за закрытия ряда организаций такого типа. Средняя загрузка хостелов в августе месяце в крае, по данным Министерства экономического развития Российской Федерации, составляет 86,5%.

Таблица 4

Деятельность средств размещения в молодёжном секторе туризма

Table 4

Activities of accommodation facilities in the youth tourism sector

Показатель	Год					
	2016	2017	2018	2021	2022	2023
<i>в Российской Федерации</i>						
Аналогичные средства размещения (без гостиничных), ед., в т.ч.:	5 855	7 852	9 626	8 614	8 680	9 028
мотели, ед.	281	381	422	505	574	597
хостелы, ед.	928	1406	1833	1814	2081	2612
<i>в Краснодарском крае</i>						
Аналогичные средства размещения (без гостиничных), ед., в т.ч.:	1 337	2 746	3 812	—	—	—
мотели, ед.	15	39	39	—	—	—
хостелы, ед.	28	65	94	—	—	—
Базы отдыха, кемпинги, туристские базы и общественные средства транспорта, ед. в т.ч.	703	385	339	—	—	—
кемпинги, ед.	—	—	—	—	82	97
Средняя стоимость проживания в хостеле, руб.	—	—	—	491	554	618
Средняя стоимость проживания в мотеле, руб.	—	—	—	1 176	1 078	1 152
Доходы мотелей, руб.	—	—	60,8	101,0	206,1	172,6
Доходы хостелов, руб.	—	—	248,5	716,9	414,5	559,5
Оценочная загруженность хостелов в августе месяце, %	—	—	—	—	86,5	—

Источник: данные об оценочной загруженности хостелов с официального сайта Министерства экономического развития РФ. URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/> (дата обращения: 11.10.2024); Курортно-туристский комплекс Краснодарского края, 2024.

Заключение (Conclusions). В настоящее время Краснодарский край утратил передовую инфраструктурную базу детско-юношеского и молодёжного отдыха, которая была сформирована на его территории в годы существования СССР. Тем не менее высокий санаторно-курортный потенциал региона обеспечивает возможности не только для восстановления потерянных позиций, но и выхода на более высокий уровень оказания туристских услуг детям и молодёжи.

Несмотря на уверенные лидирующие позиции края в санаторно-курортной отрасли и детском лагерьном отдыхе, за

последние 8 лет практически не намечались положительные изменения в количестве функционирующих средств размещения, следствием чего является невозможность увеличения детского и молодёжного туристского потока в регион. Наоборот, некоторые типы учреждений сворачивают свою деятельность. При недопущении повышения цен выше уровня инфляции на санаторно-курортные путевки для детей имеет место быть бесконтрольное увеличение стоимости детского лагерьного отдыха.

Развитие низкобюджетного отдыха для детей и молодёжи в Краснодарском

крае является необходимым условием реализации туристского потенциала региона как всесезонного курорта для всех категорий населения.

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

- Владикавказская железная дорога и лечебные места Кавказа / Петроград: тип. Стойковой, 1915. – 87 с.
- Гинкул Е. С., Лейба И. В. Актуальные вопросы развития сферы детского отдыха и оздоровления Краснодарского края и Республики Крым // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. №11. С. 30-33.
- Горовой К. Э. Курортно-туристический комплекс Кубани в историческом развитии: Автореф. дис. ... канд. ист. наук. Краснодар, 2006. – 30 с.
- Горшенёв К. А. Путешествия по Краснодарскому краю / М.: Физкультура и спорт, 1983. – 176 с.
- Домнич Е. А. Организация летнего отдыха и укрепление здоровья детей в пионерских и оздоровительных лагерях в Краснодарском крае в 80-е годы XX века // История: факты и символы. 2017. №2. С. 9-15.
- Капустина Н. В., Заплатин Р. А. Перспективы развития туризма в Краснодарском крае, как регионального лидера внутреннего туризма Российской Федерации // Вестник Евразийской науки. 2022. №6. URL: <https://esj.today/PDF/15ECVN622.pdf> (дата обращения: 11.10.2024).
- Караченцева Т. В., Волков В. П. Детские санатории: организация лечебной и учебно-воспитательной работы с детьми / М.: Медицина, 1986. – 160 с.
- Королева Н. В. Анализ и прогнозирование развития курортно-рекреационного комплекса Краснодарского края // Общество: политика, экономика, право. 2022. № 9. С. 26-32.
- Крюкова А. В. Солнце, пляжи и вода детям нравились всегда! // Родина. 2023. № 7. С. 126-130.
- Курортно-туристский комплекс Краснодарского края. 2019-2023: Статистический сборник / Краснодарстат. Краснодар, 2024. – 119 с.
- Курорты СССР / под ред. Л.Г. Гольдфайля. М.: Медгиз, 1951. – 504 с.
- Мониторинг выполнения государственного задания в 2022 году // Официальный сайт Министерства здравоохранения Краснодарского края. URL: <https://minzdrav.krasnodar.ru/activity/gosudarstvennyye-uslugi/gos-mun-uslugi2/god-2022> (дата обращения: 11.10.2024).
- Названы самые популярные туристические направления для российской молодежи // Официальный сайт новостного портала ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/15026149> (дата обращения: 11.10.2024).
- Отчёт о финансовых результатах: 2017-2021 годы // Официальный сайт детского дерматологического санатория им. Н.А. Семашко. URL: <https://xn----7sbooikqbug1eg.xn--p1ai/accounting-statement.html> (дата обращения: 11.10.2024).
- Отчеты о результатах деятельности организации и об использовании закрепленного за ним государственного имущества: 2023, 2022, 2021, 2018 годы // Официальный сайт детского санатория «Василек». URL: <https://www.guz-vasilek.ru/about/docs> (дата обращения: 11.10.2024).
- Официальный сайт детского летнего лагерного отдыха в России. URL: [детский-лагерь24.рф](https://det-skilager24.rf) (дата обращения: 11.10.2024).
- Оценка туристского потока // Официальный сайт Росстата. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 11.10.2024).
- Перечень платных медицинских услуг // Официальный сайт детского санатория «Голубая волна». URL: <https://www.guz-vasilek.ru/about/docs> (дата обращения: 11.10.2024).
- План финансово-хозяйственной деятельности ГБУЗ «Детский санаторий имени

Н.И. Пирогова»: 2018, 2019, 2021, 2023 годы // Официальный сайт ГБУЗ «Детский санаторий имени Н.И. Пирогова». URL: <http://www.seachildren.ru/?op=con&mid=9¶m=1,25,1,1> (дата обращения: 11.10.2024).

Самойлович Ф. А. В крае курортов / Краснодар: Краснодарское книжное изд-во, 1964. – 184 с.

Сидорова Д. В., Филобок А. А. Современные тенденции и проблемы развития молодёжного туризма в России на примере Краснодарского края // Юг России: экология, развитие. 2017. № 3. С. 98-105.

Статистика // Официальный сайт Министерства экономического развития Российской Федерации. URL: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/> (дата обращения: 11.10.2024).

Харалдина З. Е. Становление и развитие санаторно-курортного дела в Кубано-Черноморском регионе: вторая половина XIX – начало XX века: Дис. ... канд. ист. наук. Ставрополь, 2008. – 240 с.

Число детских и подростковых летних оздоровительных учреждений // Официальный сайт ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/37314?ysclid=m3rqh38bmo251404164> (дата обращения: 11.10.2024).

Юбилейный сборник Крымско-Кавказского горного клуба / под ред. М.А. Познанского. Одесса, 1915. – 178 с.

Gorbatov S. A. The research of youth travel preferences, Conference: IV International Scientific Conference “Competitiveness and the development of socio-economic systems” dedicated to the memory of Alexander Tatarkin, Chelyabinsk, Russia, 22-26 November 2021, pp. 464-475.

Oana A. G., Orsolya I. O. The Impact of Pandemic on Youth Travel Preferences – an International Perspective, *Studia UBB Negotia*, 2022, N 3, pp. 27-48.

References

Chislo detskikh i podrostkovykh letnih ozdorovitelnykh uchrezhdeniy [Number of children's and adolescent summer health facilities], Official website of EMISS [Online], available at:

<https://www.fedstat.ru/indicator/37314?ysclid=m3rqh38bmo251404164> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Domnich, E. A. (2017), “Organizatsiya letnego otdykha i ukreplenie zdorovya detey v pionerskikh i ozdorovitelnykh lageryah v Krasnodarskom krae v 80-e gody XX veka” [“Organization of summer recreation and strengthening of children's health in pioneer and health camps in the Krasnodar Territory in the 80s of the XX century”], *Istoriya: fakty i simvoly* [History: facts and symbols], 2, pp. 9-15. (In Russ.).

Ginkul, E. S. and Leiba, I. V. (2021), “Aktualnye voprosy razvitiya sfery detskogo otdykha i ozdorovleniya Krasnodarskogo kraya i Respubliki Krym” [“Current issues of development of the sphere of children's recreation and health improvement in Krasnodar Territory and the Republic of Crimea”], *Vestnik Altaiskoy akademii ekonomiki i prava* [Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law], 11, pp. 30-33. (In Russ.).

Gorbatov, S. A. (2021), “The research of youth travel preferences”, *IV International Scientific Conference “Competitiveness and the development of socio-economic systems” dedicated to the memory of Alexander Tatarkin*, Chelyabinsk, Russia, 22-26 November 2021, pp. 464-475.

Gorovoy, K. Je. (2006), *The resort and tourist complex of Kuban in historical development*, Abstract of D. Sc. Dissertation, history of Russia, Kuban State University, Krasnodar, Russia. (In Russ.).

Gorshenyov, K. A. (1983), *Puteshestviya po Krasnodarskomu krayu* [Traveling around Krasnodar Territory], Physical Education and Sports, Moscow, Russia. (In Russ.).

Haraldina, Z. E. (2008), *Formation and development of the health resort business in the Kuban-Black Sea region: the second half of the 19th – early 20th century*, D. Sc. Thesis, history of Russia, Stavropol State University, Stavropol, Russia. (In Russ.).

Yubileinyy sbornik Krymsko-Kavkazskogo gornogo kluba (1915) [Anniversary collection of the Crimean-Caucasian Mountain Club], in M.A. Poznansky (ed.), Odessa. (In Russ.).

Kapustina, N. V. and Zaplatin, R. A. (2022), “Perspektivy razvitiya turizma v Krasnodarskom krae, kak regionalnogo lidera vnutrennego turizma Rossiyskoy Federatsii” [“Prospects for the development of tourism in the Krasnodar Territory, as a regional leader in domestic tourism of the Russian Federation”], *Vestnik Evraziyskoy nauki [Bulletin of Eurasian Science]*, 6. [Online], available at: <https://esj.today/PDF/15ECVN622.pdf> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Karachentseva, T. V. and Volkov, V. P. (1986), *Detskie sanatorii: Organizatsiya lechebnoy i uchebno-vospitatelnoy raboty s detmi [Children's sanatoriums: organization of medical and educational work with children]*, Medicine, Moscow, Russia. (In Russ.).

Koroleva, N. V. (2022), “Analiz i prognozirovanie razvitiya kurortno-rekreatsionnogo kompleksa Krasnodarskogo kraya” [“Analysis and forecasting of development of resort and recreational complex of Krasnodar Territory”], *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo [Society: politics, economics]*, 9, pp. 26-32. (In Russ.).

Kryukova, A. V. (2023), “Solntse, plyazhi i voda detyam nravilis vsegda!” [“Children always liked the sun, beaches and water!”], *Rodina [Rodina]*, 7, pp. 126-130. (In Russ.).

Kurortno-turistskiy kompleks Krasnodarskogo kraya. 2019-2023: Statisticheskiy sbornik (2024) [Resort and tourist complex of Krasnodar Territory. 2019-2023: Statistical collection], Krasnodarstat, Krasnodar, Russia. (In Russ.).

Kurorty SSSR [Resorts of the USSR], in L.G. Goldfayl (ed.), Medgiz, Moscow, Russia. (In Russ.).

Monitoring vypolneniya gosudarstvennogo zadaniya v 2022 godu [Monitoring the implementation of the state assignment in 2022], Official website of the Ministry of Health of the Krasnodar Territory [Online], available at: <https://minzdrav.krasnodar.ru/activity/gosudarstvennye-uslugi/gos-mun-uslugi2/god-2022> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Nazvany samye populyarnye turisticheskie napravleniya dlya rossiyskoy molodezhi [The most popular tourist destinations for Russian youth have been named], Official website of the TASS

news portal [Online], available at: <https://tass.ru/obshchestvo/15026149> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Oana, A. G. and Orsolya, I. O. “The Impact of Pandemic on Youth Travel Preferences – an International Perspective”, *Studia UBB Negotia*, 3, pp. 27-48.

Otsenka turistskogo potoka [Assessment of tourist flow], Official website of Rosstat [Online], available at: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Ofitsialny sait detskogo letnego lagernogo otdyha v Rossii [Official website of children's summer camp recreation in Russia] [Online], available at: детский-лагерь24.рф (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Otchet o rezultatah deyatelnosti organizatsii i ob ispolzovanii zakreplennogo za nim gosudarstvennogo imushchestva: 2023, 2022, 2021, 2018 gody [Reports on the results of the organization's activities and on the use of state property assigned to it: 2023, 2022, 2021, 2018], Official website of the children's sanatorium “Vasilek” [Online], available at: <https://www.guz-vasilek.ru/about/docs> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Otchyot o finansovykh rezultatah: 2017-2021 gody [Financial Performance Report: 2017-2021], Official website of the N.A. Semashko Children's Dermatological Sanatorium [Online], available at: <https://xn---7sbooikqbug1eg.xn--p1ai/accounting-statement.html> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Perechen platnykh meditsinskih uslug [List of paid medical services], Official website of the children's sanatorium “Golubaya Volna” [Online], available at: <https://www.guz-vasilek.ru/about/docs> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Plan finansovo-hozyaistvennoy dejatelnosti GBUZ «Detskiy sanatoriy imeni N.I. Pirogova»: 2018, 2019, 2021, 2023 gody [Financial and economic activity plan of the State Budgetary Healthcare Institution “Children's Sanatorium named after N.I. Pirogov”: 2018, 2019, 2021, 2023], Official website of the State Budgetary Healthcare Institution “Children's Sanatorium named after N.I. Pirogov” [Online], available at: <http://www.seachildren.ru/?op=con&mid=9¶m=1,25,1,1> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Samoilovich, F. A. (1964), *V krae kurortov* [*In the land of resorts*], Krasnodar book publishing house, Krasnodar, Russia. (In Russ.).

Sidorova, D. V. and Filobok, A. A. (2017), “Sovremennye tendentsii i problemy razvitiya molodyozhnogo turizma v Rossii na primere Krasnodarskogo kraja” [“Modern trends and problems of youth tourism development in Russia on the example of the Krasnodar Territory”], *Yug Rossii: ekologiya, razvitie* [*South of Russia: ecology, development*], 3, pp. 92-105. (In Russ.).

Statistika [*Statistics*], Official website of the Ministry of Economic Development of the Russian Federation [Online], available at: <https://tourism.gov.ru/other/statistika/> (Accessed 11 October 2024). (In Russ.).

Vladikavkazskaya zheleznaya doroga i lechebnye mesta Kavkaza (1915) [*Vladikavkaz railway and medical places of the Caucasus*], Publishing House of Stoikova, Petrograd, Russia. (In Russ.).

Данные об авторе

Горбатов Святослав Александрович, кандидат экономических наук, научный сотрудник лаборатории экономических исследований.

Information about the author

Svyatoslav A. Gorbatov, Candidate of Economic Sciences, Research Fellow at the Laboratory of Economic Research.

Обзор
Review

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-3

Заирова Х. Б.¹
Рахимбекова Ж. С.²
Богомазова И. В.³

**Развитие информационного обеспечения продвижения
туристской дестинации в условиях цифровой трансформации
экономики (на примере Республики Казахстан)**

¹Турагентство SunWay,
просп. Абая, 40, Алматы 050000, Казахстан

²Алматы менеджмент университет,
ул. Розыбакиева, 227, Алматы 050060, Казахстан

³ФГАОУ «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»,
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия

¹e-mail: Hurwida96@mail.ru

²e-mail: Zh.Rahimbekova@almai.edu.kz

³e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

²ORCID: 0000-0002-5726-1426

³ORCID: 0009-0001-1876-109X

*Статья поступила 10 ноября 2024 г.; принята 14 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. Трансформационные процессы в обществе и экономике определили отраслевые изменения в туристском секторе и индустрии гостеприимства, обеспечив дальнейшие перспективы и стратегические ориентиры ее функционирования. Положительное развитие сферы туризма возможно путем комбинации различных факторов, обеспечивающих уникальность туристского предложения с учетом комплексного системного подхода в продвижении дестинаций, программ территориального развития и разработки мастер-планов, вовлечения инвестиционных ресурсов. В статье приведены результаты комплексного исследования особенностей развития туристской индустрии в современных условиях, выделена совокупность отраслевых стратегических приоритетов и оценены цифровые продукты, используемые в системе продвижения туристских дестинаций в Республике Казахстан. Вопросы возможной переориентации потоков туристов с учетом стимулирования развития внутреннего и въездного туризма невозможны без активного внедрения цифровых технологий и совершенствования системы информационного обеспечения туристских дестинаций. В качестве инструментов продвижения в работе обоснована целесообразность расширения применения цифровых инструментов и сервисов

Ключевые слова: туризм; туристские дестинации; цифровые инструменты и сервисы; туристская экосистема

Для цитирования: Заирова Х. Б., Рахимбекова Ж. С., Богомазова И. В. Развитие информационного обеспечения продвижения туристской дестинации

в условиях цифровой трансформации экономики (на примере Республики Казахстан) // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 37-54. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-3

UDC 338.48

Khurshida B. Zairova¹
Zhanar S. Rakhimbekova²
Irina V. Bogomazova³

**Development of information support for the promotion
of a tourist destination in the context
of digital transformation of the economy
(on the example of the Republic of Kazakhstan)**

¹ SunWay Travel Agency,
40 Abay Ave., Almaty 050060, Kazakhstan

² Almaty Management University,
227 Rozybakiev St., Almaty 050060, Kazakhstan

³ Belgorod State National Research University,
85 Pobedy St., Belgorod 308015, Russia

¹e-mail: Hurwida96@mail.ru

²e-mail: Zh.Rahimbekova@almau.edu.kz

³e-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

²ORCID: 0000-0002-5726-1426

³ORCID: 0009-0001-1876-109X

Abstract. Transformational processes in society and the economy have determined sectoral changes in the tourism sector and the hospitality industry, providing further prospects and strategic guidelines for its functioning. The positive development of the tourism sector is possible through a combination of various factors that ensure the uniqueness of the tourist offer, taking into account an integrated systematic approach in promoting destinations, territorial development programs and the development of master plans, and the involvement of investment resources. The article presents the results of a comprehensive study of the peculiarities of the development of the tourism industry in modern conditions, identifies a set of industry strategic priorities and evaluates digital products used in the system of promotion of tourist destinations in the Republic of Kazakhstan. The issues of possible reorientation of tourist flows, taking into account the stimulation of the development of domestic and inbound tourism, are impossible without the active introduction of digital technologies and improvement of the information support system for tourist destinations. The expediency of expanding the use of digital tools and services is justified as tools for promotion in the work.

Keywords: tourism; tourist destinations; digital tools and services; tourism ecosystem

For citation: Zairova, Kh. B., Rakhimbekova, Z. S., Bogomazova, I. V. (2024), "Development of information support for the promotion of a tourist destination in the context of digital transformation of the economy (on the example of the Republic of Kazakhstan)", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 37-54. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-3

Введение (Introduction). В условиях в последнее десятилетие на современных социально-экономических первоочередной план выходят цифровые

системы и вопросы глобализации бизнес-процессов в отрасли, способствующие продвижению туристских услуг и продуктов аттракций, расширяющие комплекс коммуникаций в системе взаимодействия с потенциальными туристами и гостями. Развитие технологических инноваций, в том числе и в индустрии сервиса, определяет расширение зоны влияния интернет-технологий, электронной коммерции, VR- и AR-технологий. При этом туристские дестинации должны быстро адаптироваться и осуществлять поиск эффективных решений, направленных на продвижение в условиях глобального информационного пространства, обеспечивая популяризацию собственной туристской идентичности, сохранение и усиление конкурентоспособности, тем самым способствуя расширению потенциального рынка потребителей и стимулируя развитие повторных возвращений в дестинацию.

Внедрение и развитие информационно-коммуникационного обеспечения в сферу туризма и гостеприимства с целью развития туристских дестинаций расширяет возможности для путешественников, формируя тем самым удобное, эффективное и персонализированное предложение. В качестве основополагающих факторов следует выделить:

- расширение доступности информации за счет сокращения временных затрат при поиске туристской информации;
- повышение качества обслуживания в результате автоматизации бизнес-процессов на различных этапах обслуживания (онлайн-системы, электронная оплата, ИИ);
- вовлечение цифровых каналов коммуникации (веб-сайты, социальные сети, мобильные приложения) в систему продвижения и сбыта.

Информационное сопровождение и расширение влияния технологий на сферу туризма привели к развитию систем по поиску информации, бронированию, маркетингу и продвижению, обслуживанию клиентов, управлению ресурсной базой и принятием решений.

Цель исследования (The aim of the work) – оценка ресурсного потенциала и выявление возможностей, обеспечивающих информационное продвижение туристских дестинаций в условиях трансформационных процессов в цифровой экономике.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods).

Основополагающими исследованиями в контексте теоретических и методологических аспектов являются труды отечественных и зарубежных авторов. Так, работы Бурнашева Р.Ф. (Бурнашев, Акбарзода, 2023), Морозова М.А., Морозовой Н.С. (Морозов, Морозова, 2012; 2020), Новобрицкой Е.А. (Новобрицкая, Пауль, Лаврушина, 2014), Сердюкова С.Д. (Сердюков, Сердюкова, Романова, 2018) и др. отражают информационное обеспечение в индустрии туризма и гостеприимства через нормативно-правовое регулирование, комплекс продвижения и информационное сопровождение развития туристских аттракций и дестинаций (интернет, мобильные технологии, туристская навигация, туристские информационные центры, брендинг). Кирьянова Л.Г. (Кирьянова, 2010), Сердюков С.Д. Романова Г.М., Сердюкова Н.К. (Сердюков, Романова, Сердюкова, 2022) рассматривают вопросы продвижения территорий.

В исследованиях Арефьева А.С. (Арефьев, 2020), Богомазовой И.В., Климовой Т.Б. (Богомазова, Климова, 2019; 2022), Гарифьяновой В.И., Галимова А.М. (Гарифьянова, Галимов, 2019), Гордиенко С.В. (Гордиенко, 2021), Кирилловой С.А. (Кириллова, 2020; 2021), Кицис В.М., Морозовой Е.А. (Кицис,

Морозова, 2021), Маркеловой Е.А., Хайретдиновой О.А. (Маркелова, Хайретдинова, 2022), Харченко Д.Е., Лебедевой С.А. (Харченко, Лебедева, 2022) и др. раскрываются перспективные направления, а именно цифровизация отраслевых процессов в туризме и гостеприимстве.

Анализ состояния и тенденций развития туризма в Республике Казахстан по данным Бюро национальной статистики отражает сокращение потоков внутренних перемещений до 8,87 млн поездок в 2022 году. Распределение числа поездок имеет следующий вид – жители Туркестанской области совершили 834 тыс. поездок, Алматинской – 800 тыс. поездок, Астаны – 764 тыс. поездок, Алматы – 756,5 тыс. поездок. Рейтинг замыкают жители Атырауской (114,3 тыс. поездок) и Улытауской областей (126,4 тыс.).

В контексте регионального распределения внутреннего туризма наблюдается устойчивый тренд, характеризующийся редким перемещением туристов вне области постоянного проживания, за исключением Астаны и Алматы. Что касается географии путешествий жителей этих регионов, то проживающие в Астане предпочитают к посещению Акмолинскую область (60%), алматинцы путешествуют как внутри области (30,1%), так и посещают Жетысускую область (23,1%); Туркестанская область популярна у жителей Шымкента (30,7%).

Структурный подход в оценке состояния туристской индустрии позволяет сделать ряд выводов:

- преобладание личных поездок (94,9%) над путешествиями делового плана (5,1%) – международные выставки, научные конференции, конгрессы, бизнес-семинары и т.д.;

- соотношение общего числа номерного фонда имеет следующий вид – 70% стандартные номера, 14% номера без удобств, 14% номера «люкс»-категории, 3% представлены апартаментами;

- география распределения средств размещения преобладает в следующих областях – Акмолинская область и Алматы, Абайская, Восточно-Казахстанская, Жетысуская, Алматинская области и Астаны;

- среднее число гостей, которое приняло каждое из средств размещения, соответствует 919 человек;

- анализ динамики туристских потоков, как из числа туристов РК, так и иностранных туристов, отражает рост числа прибытий соответственно на 12% и 30% (в том числе за счет представителей РФ, Узбекистана, КНР, Индии, Кыргызстана, Таджикистана, Турции, Южной Кореи, Германии, США).

В качестве популярных направлений для выездного туризма традиционно остаются Турция, Египет, Таиланд, медицинский туризм в Южной Корее, ОАЭ, Чехия, Германия.

Динамику потока иностранных туристов, заинтересованных в РК как направлении въездного туризма, отражает рисунок 1.

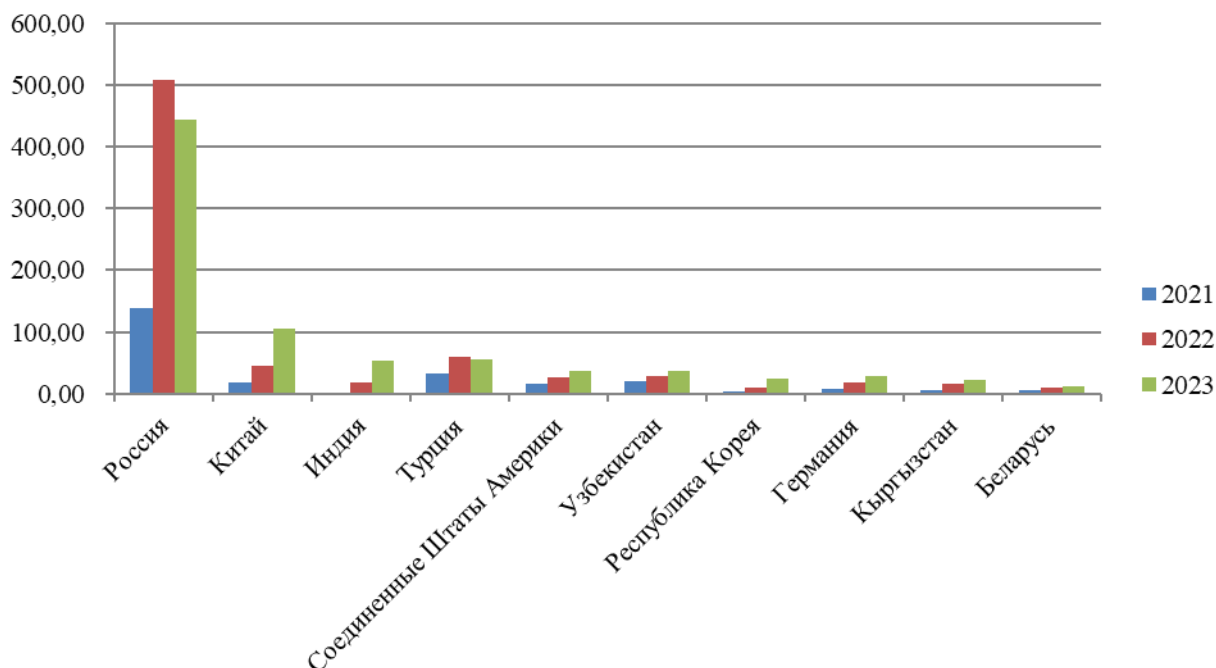


Рис. 1. Количество обслуженных въездных посетителей местами размещения по гражданству

Fig. 1. Number of inbound visitors served by accommodation facilities by nationality

Объем оказанных туристических услуг в 2023 году в курортных зонах также неравномерен. Преобладающая величина характерна для Алматинского горного кластера – 80 664 095,9 тыс. тенге, Щучинско-Боровской курортной зоны – 18 277 462,6 тыс. тенге, Мангистауской курортной зоны – 14 665 069,5 тыс. тенге. С существенным отставанием показали результаты:

- Алакольская курортная зона (область Абай) – 4 489 450,8 тыс. тенге;
- Туристская зона Туркестан – 3 103 318,6 тыс. тенге;
- Алакольская курортная зона (область Жетісу) – 2 636 235,2 тыс. тенге;
- Балхашская курортная зона – 1 389 638,3 тыс. тенге;
- Баянаульская курортная зона – 1 245 109,5 тыс. тенге.

Минимум оказанных туристических услуг характерен для курортной зоны Катон-Карагай, туристской зоны Байконур, Алакольской курортной зоны (ВКО и Алматинская область).

Проведенная оценка позволила осуществить систематизацию данных и выделить основные проблемные стороны в контексте внутреннего туризма, а именно:

- человеческий капитал и кадровая составляющая;
- состояние инфраструктурного комплекса – низкое качество дорог (43,4%) и развития системы транспортного обеспечения (24,2%), сервисное обслуживание (41,3%), отсутствие бытового обслуживания (31%);
- инвестиционная привлекательность – ограниченные финансовые ресурсы (48%);
- качество предлагаемых услуг – несоответствие параметров «цена-качество» (33,4%), низкий уровень сервиса (23,3%);
- система информационного продвижения – необходимость расширения влияния цифровизации в системе внутреннего туризма.

С позиции государственного влияния следует отметить существенное воздействие и необходимость активизации

развития рынка внутреннего туризма. При этом туристской отрасли отводится ключевая роль в качестве источника экономического роста и развития, обеспечивающего мультипликативное воздействие на смежные отрасли экономики, что приведет к увеличению занятости в сфере туризма и сопутствующих секторах до 800 тыс. человек. В соответствии с этим Правительством утверждена «Концепция развития туристской отрасли Республики Казахстан на 2023 – 2029 годы» (Постановление Правительства Республики Казахстан ..., 2023).

Основные стратегические ориентиры в индустрии туризма и гостеприимства в Республике Казахстан нацелены на:

- развитие инфраструктуры;
- создание благоприятного климата, повышение качества сервиса и развитие цифровизации;
- расширение комплекса продвижения потенциала, как на межрегиональном уровне, так и в системе международных отношений.

В этом контексте особое внимание должно быть уделено процессам цифровизации и продвижения посредством расширения информации об имеющемся потенциале индустрии туризма (цифровая реклама, видео-реклама, социальные сети и PR-продвижение, блогинг, выставки, в том числе международные мероприятия «Iron Man», «Игры кочевников»).

Также для формирования национального турпродукта и его продвижения особое внимание уделено Казахстанскому туристскому бренду на основе концепции «4Е» – Ecology, Ethnography, Events, Entertainment.

В качестве суббрендов выступает ряд известных фактов и образов о стране, среди которых «Родина яблок», «Путь тюльпана», «Одомашнивание лошади», «Алтай – колыбель цивилизации», «Великий Шелковый путь – Казахстан» (Как Kazakh Tourism будет развивать туризм..., 2024).

Целевые индикаторы в сфере туризма в 2029 году будут иметь положительную динамику:

- валовая добавленная стоимость составит 6,3 трлн тенге;
- число занятых – 800 тыс. человек;
- инвестиции – 260 млрд тенге;
- доходы от международных туристских прибытий – 5,5 млрд долларов США.

Национальные приоритеты, ориентированные на диверсификацию экономики и повышение уровня благосостояния и качества жизни населения РК, должны в полной мере отражать продвижение и осуществление проектной деятельности на приоритетных туристских территориях. В качестве ключевой организации в индустрии туризма выступает АО «НК «Kazakh Tourism», которая в качестве информационно-аналитического ресурса способствует управлению, координации и развитию туристской индустрии в стране (АО «Национальная компания «Kazakh Tourism», 2024).

Оценка существующего информационного обеспечения продвижения туристских дестинаций в условиях цифровой трансформации экономики свидетельствует об использовании следующих систем.

1. Информационная система «e-Qonaq» (<https://eqonaq.kz/>), позволяющая вести учет прибытий иностранных гостей, обеспечивая тем самым анализ туристических потоков, расчет туристического сбора Bed-Tax и т.п. Данный сервис интегрирован в Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel», это позволяет осуществлять бронирование отелей, экскурсионную визуализацию в формате 3D – туров по Казахстану и прочее.

2. Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel» (<https://kazakhstan.travel/>) – ориентирован для применения как туристами, так и

предпринимательскими структурами (Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel»..., 2024). Посетители могут ознакомиться с туристическими направлениями, запланировать поездку, сформировать путешествие с позиций организации туров по видам туризма и маршрутам, получить различную информацию. Экосистемный подход позволяет бизнес-структурам осуществлять размещение своего бизнеса на национальном туристском портале, анализировать отраслевую статистическую информацию, найти или выступить в качестве инвестора. Однако при всех возможностях ресурса для него характерно отсутствие актуализации информации с 2022 года.

3. На веб-платформе «Туризм Онлайн» (<https://tourisonline.kz/>) можно ознакомиться с проектами в контексте развития внутреннего и въездного туризма, интерактивной картой маршрутов и достопримечательностям по туристским дестинациям Республики Казахстан (содержит информацию о 50 маршрутах и соответствующей инфраструктуре), с

мерами господдержки, в том числе в контексте льготного финансирования и субсидирования, грантовой поддержки, таможенных льгот; разделы «Знак качества» и «База стандартов» содержат регулируемую информацию об обладателях знака качества и нормативно-правовых документах, регламентирующих функционирование в сфере туризма (Веб-платформа «Туризм Онлайн»..., 2024).

4. Работа в информационной системе «ТУРСТАТ» (<https://tourstat.kz/>) позволяет сформировать портрет туриста, провести оценку статистической информации, формировать отчеты, ознакомиться с основными мероприятиями и событиями в отрасли, осуществить выбор из базы туроператоров (Информационная система «ТУРСТАТ»..., 2024). Этот сервис также отличает слабая наполняемость разделов «Статистика туризма», «Создать отчет», «Дайджест», «База туроператоров», также имеются проблемы с выгрузкой данных по определению количества туристов в разрезе стран (рис. 2).



Рис. 2. Количество туристов в разрезе стран
Fig. 2. Number of tourists by country

Особый интерес вызывает функционал, позволяющий составить портрет туриста. При этом у пользователя есть возможность получить данные как с позиций гендерных характеристик, так и возраста (рис. 3).

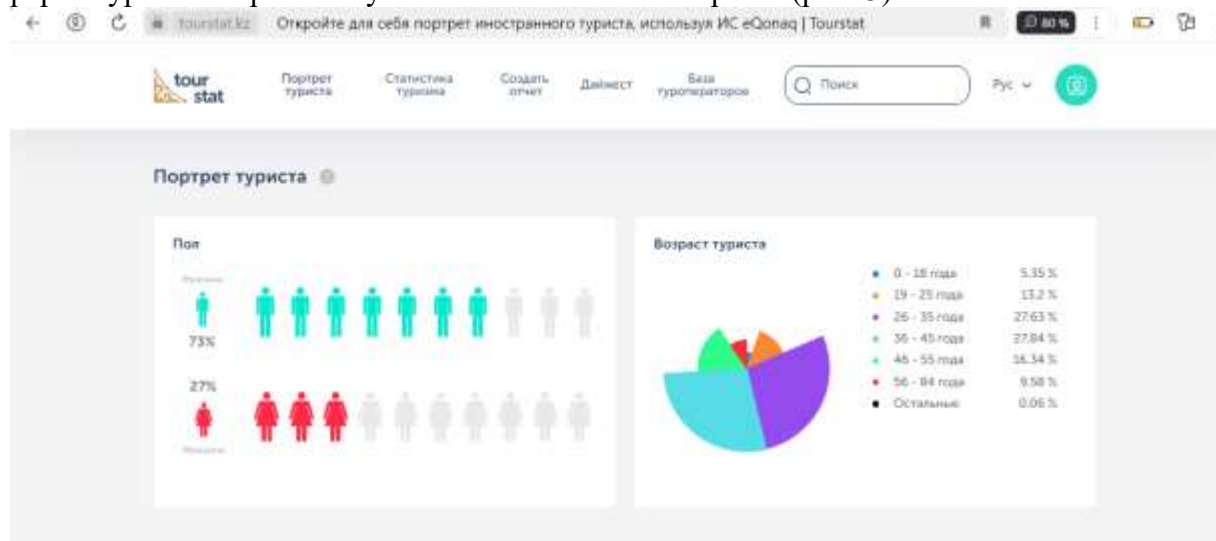


Рис. 3. Портрет туриста
Fig. 3. Portrait of a tourist

Преобладающее большинство представлено мужчинами – 73% с возрастными характеристиками:

- 0 – 18 лет – 5,35 %;
- 19 – 25 лет – 13,2 %;
- 26 – 35 лет – 27,63 %;
- 36 – 45 лет – 27,84 %;

- 46 – 55 лет – 16,34 %;
- 56 – 84 года – 9,58 %;
- остальные – 0,06 %.

В достаточной степени подробно раздел позволяет представить информацию о целях визита в РК (рис. 4).

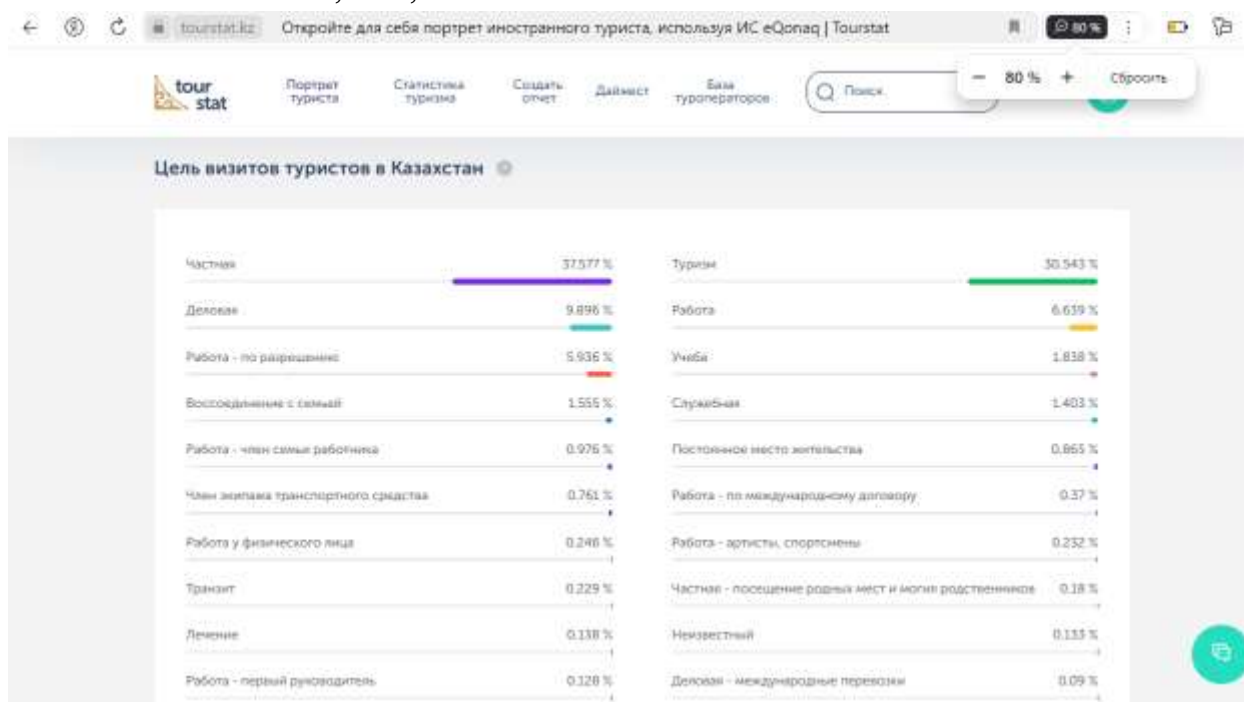


Рис. 4. Цели визита в Республику Казахстан
Fig. 4. Objectives of the visit to the Republic of Kazakhstan

Если рассматривать цель визита, то преобладают поездки частного характера (37,577%) и с целью туризма (30,543%). Далее в рейтинге следуют перемещения с деловыми целями (9,896 %), по работе и по разрешению (6,639% и 5,936%), учебе (1,838%).

В направлении внедрения и использования цифровых сервисов следует привести также пример стратегического взаимодействия Kazakh Tourism и Яндекс Казахстан с подборками мест, рекомендованных к посещению различным категориям гостей Алматы и Астаны (Kazakh Tourism и Яндекс Казахстан..., 2024). Информация аккумулирована на основе данных Almaty Tourism Bureau и Visit Astana с построением пеших и автомобильных маршрутов.

В качестве перспектив развития и расширения влияния цифровизации следует отметить осуществление проектов в рамках трансформации системы

«Shagym» и ее интеграции с TripAdvisor, оцифровки электронных гидов, увеличения степени вовлечения в туристскую индустрию QR-кодов и онлайн-карт с туристскими маршрутами в системе реального времени, развитие загородного отдыха и гостевых домов и т.п.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).

Совершенствование системы информационного обеспечения продвижения туристской дестинации в условиях цифровизации Республики Казахстан осуществлено на основе оценки факторов выбора туристских направлений и каналов коммуникаций, включающих наличие туристского опыта, отзывов о дестинациях и поездках в информационном поле, полноте информации о туристских аттракциях, рекомендациях тревел-блогеров, системе продвижения туристских территорий, прочих источников (рис. 5).



Рис. 5. Факторы, определяющие выбор дестинации
Fig. 5. Factors determining the choice of destination

Указанные факторы отражают важность цифровизации при выборе

туристских дестинаций и продвижении территории. При этом основной объект

информационного воздействия – турист, который одновременно выступает источником генерации информации в различных форматах. Наличие положительного опыта путешественников, высокая степень их удовлетворенности поездкой оказывает влияние на повышение конкурентоспособности туристских дестинаций.

Продвижение туристских дестинаций Республики Казахстан должно быть осуществлено путем комплексной реализации ряда проектов.

1. Систематизация региональных туристских сайтов и их адаптация к единой структуре.

Интернет-пространство как неотъемлемый элемент жизни современного общества позволяет планировать любое путешествие. Это обуславливает необходимость адаптации региональных сайтов туристских дестинаций к единой схеме и интегрирования их в структуру существующих национальных порталов. Указанные решения обеспечат облегчение поиска информации, взаимодействия в системе онлайн, будут выступать в качестве канала продвижения туристских территорий, формируя их привлекательность.

Процесс консолидированного управления региональными туристскими дестинациями и их информационное сопровождение и продвижение целесообразно осуществлять на основе создания специальных туристских сайтов по единому типу для последующего сбора в одном месте всех предложений, интересных для туристов и предоставления информации о местных услугах и достопримечательностях, стимулируя посещаемость и возвращаемость в регион.

Основная проблема существующих региональных сайтов заключается в отсутствии системности представленной информации. Разрабатываемые сайты

должны представлять регион как привлекательную дестинацию и показывать ее туристский потенциал, но также помогать туристам находить нужную информацию, самостоятельно планировать путешествие и бронировать отели. Удобство и доступность в формате 24/7 обеспечивает полноту информации о туристских услугах, предоставляемых в дестинации.

Разработка сайтов, соответствующих всем критериям успешных туристских сайтов по мировым стандартам, является важной задачей для региональных управлений по туризму в Казахстане.

Разрабатываемые региональные сайты туристских дестинаций должны иметь одинаковую структуру, объединенную в строгой иерархии. При этом разделы должны быть сгруппированы следующим образом:

- «Куда сходить?»;
- «Где остановиться?»;
- «Что поесть?»;
- «Памятка туристу»;
- «Региональный ТИЦ».

Адаптация существующих сайтов к единой структуре позволит пользователям легко ориентироваться, осуществлять поиск необходимой информации, переходя во взаимосвязанные разделы. Объединение региональных сайтов в единую сеть обеспечит удобство пользования системой и навигацией, интуитивно понятной и позитивно воспринимающейся пользователями сайта.

Региональные сайты должны иметь ссылку на Национальный туристский портал kazakhstan.travel. В тоже время на Национальном туристском портале kazakhstan.travel должна быть в обязательном порядке добавлена вкладка с регионами и ссылками, которые должны вести на сайты региональных туристских дестинаций. На рисунке 6 представлены основополагающие компоненты сайта региональной туристской дестинации.

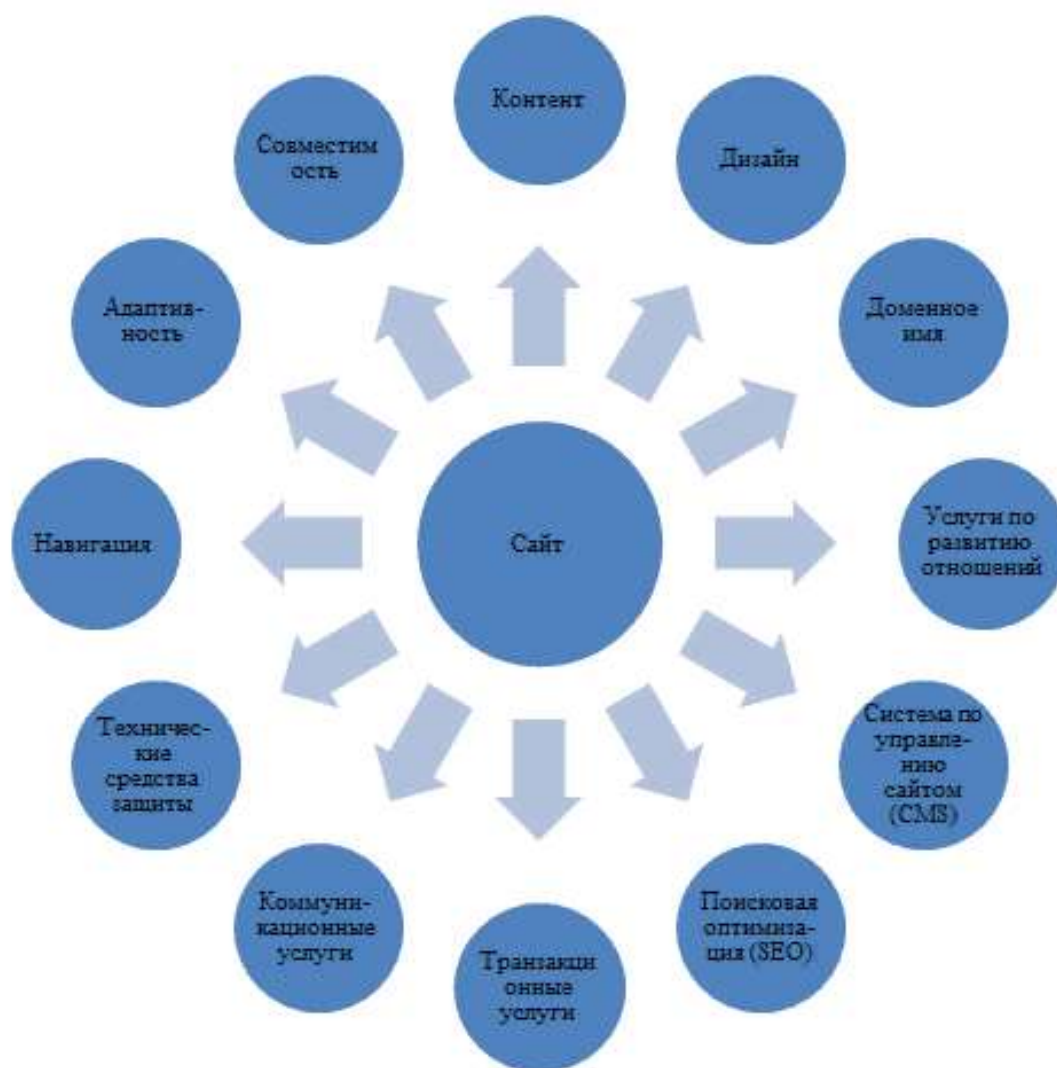


Рис. 6. Основополагающие компоненты сайта
Fig. 6. The fundamental components of the site

2. Развитие мобильных приложений региональных туристских дестинаций.

Второе направление в системе информационного продвижения ориентировано на развитие систем мобильных приложений туристских дестинаций, которые облегчают процесс ориентации и доступ к объектам туристских дестинаций. Исследования отражают, что приложения используются на протяжении всего «туристического путешествия», на всех этапах поездки. Перед поездкой приложения облегчают

принятие решений, связанных с планированием и бронированием поездки. Приложения могут информировать пользователей, генерировать положительный образовательный опыт, предоставлять полезные рекомендации по уникальному местному контенту и достопримечательностям, предоставлять персонализированные предложения и создавать дополнительную ценность для своих пользователей.

Разрабатываемый пакет приложений должен быть представлен в формате объединенной платформы выбора и продажи туристских услуг в форме

уникального конструктора тура, предоставляющего доступ на базе мобильных устройств к интегрированной цифровой информации о туристских регионах Казахстана и имеющихся на их территории предложениях поставщиков разных видов туристских услуг.

Функционал приложений должен быть сформирован с учетом кластерного подхода и включать следующие компоненты.

Кластер 1: Мобильность.

Кластер 2: Навигация.

Кластер 3: Взаимодействие и опыт (рис. 7).



Рис. 7. Компоненты кластеров при формировании мобильных приложений

Fig. 7. Cluster components in the formation of mobile applications

Коллаборации представленных кластеров обуславливает наличие туристически направленного функционала, ориентации и навигации, эффективности, социального взаимодействия, личного ассистента, местного взаимодействия и локализованного опыта.

Целесообразно включение в разрабатываемые мобильные приложения последних достижений в области иммерсионных технологий, таких как дополненная реальность, чтобы сделать туристический опыт более привлекательным и запоминающимся. Использование технологии дополненной реальности в мобильных приложениях может повысить привлекательность и удовлетворенность пользователей, что приведет к продвижению туристской дестинации.

3. Активное вовлечение в индустрию искусственного интеллекта и GPT-чатов.

Третье направление в системе расширения цифровых инструментов в структуре территориальных туристских комплексов ориентировано на расширение влияния GPT-чатов.

Применение GPT-чатов позволяет предоставлять поддержку в формате 24/7, отвечая на вопросы, предоставляя рекомендации о достопримечательностях, осуществляя бронирование. Применение виртуального помощника улучшает впечатления туристов, для туристских дестинаций служит средством получения данных о клиентах для последующего принятия решений и персонифицирования предложения, на базе искусственного интеллекта чат-бот оптимизирует разнообразные оперативные процессы.

В данном случае основная задача заключается в гарантии по защите информации:

1. Шифрование и хранение данных;
2. Получение согласия от туристов на пользование ChatGPT;
3. Ограниченный доступ к данным – ограничение доступа к данным только авторизованному персоналу, в том числе управление доступом на основе ролей, чтобы гарантировать, что только соответствующий персонал может иметь доступ к информации;
4. Регулярные проверки безопасности: проведение регулярных проверок безопасности и уязвимостей;
6. Обучение пользователей: обучение персонала передовым методам обеспечения конфиденциальности и безопасности данных, подчеркивая важность защиты информации и ее неразглашения;
7. Политика прозрачности и конфиденциальности.

Данные меры демонстрируют обязательство по защите гостя в отношении конфиденциальности и безопасности при использовании GPT-чатов. Расширение цифровых элементов в продвижении туристских дестинаций формирует чувство доверия и помогает построить прочные отношения с туристами, что в конечном итоге приводит к формированию удовлетворенности и лояльности, информационному продвижению и сопровождению.

4. Формирование целостной туристской экосистемы, обеспечивающей продвижение туристских дестинаций.

Успешное функционирование информационного продвижения

туристских дестинаций в цифровой экономике возможно в результате активного применения цифрового инструментария и цифровых экосистем.

Концепция региональной цифровой туристской экосистемы, ориентированной на информационное продвижение туристских дестинаций, в условиях цифровой трансформации экономики должна включать следующие субъекты:

- территориальные туристские администрации и их информационные системы;
- цифровая городская среда и СМИ;
- туристские предприятия;
- ассоциации предприятий сферы туризма;
- цифровые каналы продвижения, в том числе онлайн-путеводители, системы навигации, интерактивные карты, ГИС-системы и т.д.;
- официальные региональные сайты;
- веб-сайты и интернет-проекты участников рынка;
- социальные сети;
- мобильные приложения и цифровые платформы;
- Big Data;
- программное «предугадывание» и обеспечение для автоматизации;
- машинное обучение;
- роботизация – голосовые помощники, чат-боты, виртуальная и дополненная реальность, роботы-телефонисты;
- API;
- кибербезопасность (рис. 8).

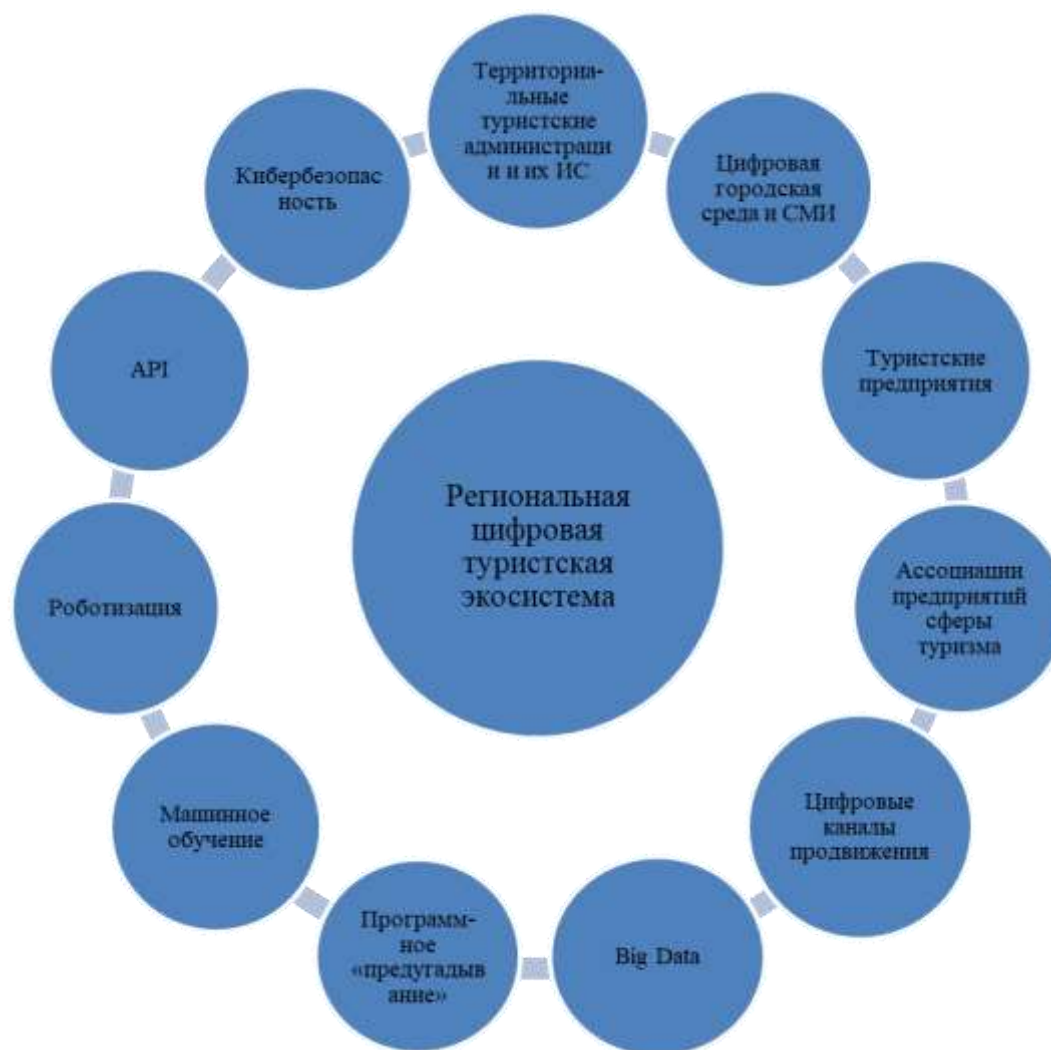


Рис. 8. Элементы концепции региональной цифровой туристской экосистемы
Fig. 8. Elements of the concept of a regional digital tourism ecosystem

В условиях цифровой экономики обмен данными в туристской экосистеме осуществляется в реальном времени на основе технологий интеграции.

Эффекты межсубъектного взаимодействия могут быть выражены в следующем:

- максимизация прибыли для субъектов туристской индустрии;
- расширение отраслевого рыночного взаимодействия;
- рост рыночных сегментов в системе межрегионального и международного взаимодействия;

– рост туристских потоков как внутренних, так и международных;

– повышение приверженности, удовлетворенности и доверия к партнерам, стабильность отношений.

Заключение (Conclusions).

Республика Казахстан как туристская дестинация обладает достаточной ресурсной базой для удовлетворения желаний различных путешественников, тем самым обеспечивая полноценное формирование и развитие внутреннего и въездного туризма. Ускоренное и устойчивое развитие туризма возможно в результате комплексного совершенствования всех отраслевых

элементов, соответствующих социально-экономическим вызовам экономики и общества в целом.

Формирование системы информационного обеспечения продвижения туристских дестинаций в условиях цифровой трансформации экономики является неотъемлемой частью развития сферы туризма. В качестве основных результатов выявлены положительные и отрицательные аспекты, характеризующие информационное обеспечение продвижения туристской дестинации, а также проблемы и перспективы развития информационных технологий в индустрии туризма. Использование цифровых технологий, инструментов продвижения в цифровом формате обуславливают повышение конкурентоспособности сферы регионального туризма.

В целом реализация предложенных направлений обеспечит возможность расширения каналов информационного сопровождения и продвижения туристских дестинаций, что особенно важно в современных условиях трансформирующейся экономики.

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

АО «Национальная компания «Kazakh Tourism» URL: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/our-work/mission/tails> (дата обращения: 17.10.2024).

Арефьев А.С. «Платформизация» как инструмент управления цифровой трансформацией в сфере туризма // Теоретическая и прикладная экономика. 2020. № 3. С. 22-34. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33237 (дата обращения: 20.09.2024).

Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства:

тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. 2019. № 3 (85). С. 34-47.

Богомазова И.В., Климова Т.Б. Цифровые сервисы и туристская экосистема в развитии внутреннего туризма // Экономика. Информатика. 2022. № 49 (4). С. 718-730. URL: <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730> (дата обращения: 10.10.2024).

Бурнашев Р.Ф., Акбарзода М.Т. Роль информационных технологий в повышении качества предоставления услуг в туристской индустрии // Universum: технические науки: электрон. научн. журн. 2023. № 7 (112). URL: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783> (дата обращения: 13.10.2024).

Веб-платформа «Туризм Онлайн». URL: <https://tourisonline.kz/> (дата обращения: 17.10.2024).

Гарифьянова В.И., Галимов А.М. Исследование возможностей цифровизации в индустрии международного туризма // Казанский вестник молодых учёных. 2019. Т. 3. № 2 (10). С. 157-164.

Гордиенко С.В. Основные направления технологических инноваций в воспроизводстве туристских продуктов // Вопросы инновационной экономики. 2021. Т. 11. № 3. С. 1197-1214.

Информационная система «e-Qonaq». URL: <https://eqonaq.kz/> (дата обращения: 17.10.2024).

Информационная система «ТУРСТАТ». URL: <https://tourstat.kz/> (дата обращения: 17.10.2024).

Как Kazakh Tourism будет развивать туризм в Казахстане. И что такое концепция «4Е», которая ляжет в основу национального туристического бренда. URL: <https://profi.travel/articles/33952/de> (дата обращения: 17.10.2024).

Kazakh Tourism и Яндекс Казахстан: Новый Этап Партнёрства для Развития Туризма в Казахстане. URL: <https://optimism.kz/2024/01/31/kazakh-tourism-i-yandeks-kazakhstan-novoe-etap-partnyorstva-dlya-razvitiya-turizma-v-kazahstane/> (дата обращения: 17.10.2024).

Кириллова С.А. Цифровая трансформация туризма: тренды, задачи, способы решения // Известия Уфимского научного центра РАН. 2020. № 3. С. 75-81.

Кириллова С.А. Цифровизация внутреннего туризма как инструмент повышения конкурентоспособности

территорий // Инновационные технологии управления социально-экономическим развитием регионов России. 2020. С. 229-234.

Кириянова Л.Г. Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом // Известия Томского политехнического университета. 2010. Т. 316. № 6. С. 35-40.

Кицис В.М., Морозова Е.А. Формы проявления цифровизации в туризме // Научное обозрение. 2021. № 2. С. 8.

Лебедева С.А. Виртуальный туризм как одно из направлений реализации экскурсионных туристских услуг во время пандемии // Современные проблемы и технологии в сфере туризма, гостиничного дела, сервиса. Государственное и муниципальное управление туристско-рекреационным комплексом: российский и зарубежный опыт. 2021. С. 173-175.

Маркелова Е.А., Хайретдинова О.А. Развитие мобильных гидов как тренд цифровизации туризма // Вестник Уфимского государственного нефтяного технического университета. 2022. № 1 (39). С. 39-44.

Морозов М.А. Инновационные решения в индустрии туризма и гостеприимства в условиях новой реальности // Вестник Академии знаний. 2022. № 2 (49). С. 195-200.

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

Морозов М.А., Морозова Н.С. Модель оценки конкурентоспособности туристских дестинаций // Вестник Российского государственного торгово-экономического университета (РГТЭУ). 2012. № 11 (70). С. 100-108.

Национальный туристский портал «Kazakhstan.travel». URL: <https://kazakhstan.travel/> (дата обращения: 17.10.2024).

Новобрицкая Е.А., Пауль Л.В., Лаврушина Е.Г. Информационные технологии в создании туристского продукта // Современные научные исследования и инновации. 2014. № 9. Ч. 1. URL: <https://web.snauka.ru/issues/2014/09/38285> (дата обращения: 13.10.2024).

Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 262 «Об утверждении Концепции развития

туристской отрасли Республики Казахстан на 2023-2029 годы и признании утратившими силу некоторых решений Правительства Республики Казахстан». URL: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/429828?lang=ru> (дата обращения: 17.10.2024).

Постановление Правительства Республики Казахстан от 28 марта 2023 года № 269 «Об утверждении Концепции цифровой трансформации, развития отрасли информационно-коммуникационных технологий и кибербезопасности на 2023 – 2029 годы». URL: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (дата обращения: 17.10.2024).

Развитие туристической отрасли в Республике Казахстан: отчет. Центр экономических исследований, Казахстанского института стратегических исследований при Президенте Республики Казахстан, 2023. – 7 с.

Сердюков С.Д., Романова Г.М., Сердюкова Н.К. Информационное обеспечение и продвижение туристской дестинации в условиях цифровой трансформации. М.: Первое экономическое издательство, 2022. – 172 с.

Сердюков С.Д., Сердюкова Н.К., Романова Г.М. Система продвижения туристской дестинации как составляющая информационного обеспечения в туризме // Вестник Евразийской науки. 2018. Т. 10. №2.

Туризм в Казахстане: исследование отрасли, проблематика и перспективы. URL: <https://optimism.kz/2023/11/22/turizm-v-kazakhstan-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy/> (дата обращения: 17.10.2024).

Харченко Д.Е., Лебедева С.А. Импортзамещение цифровых технологий в туристическом бизнесе в эпоху экономических трансформаций // Вопросы инновационной экономики. 2022. Т. 12. № 4. С. 2717-2730.

Gursoy, D., Li, Y. and Song, H. “ChatGPT and the hospitality and tourism industry: An overview of current trends and future research directions”, *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 2023, 32 (5), pp. 579-592.

References

Arefyev, A.S. (2020), ““Platformization” as a tool for managing digital transformation in the tourism sector”, *Theoretical and applied economics*, 3, pp. 22-34. [Online], available at:

https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=33237 (Accessed 20 September 2024).

Bogomazova, I.V., Anopreva, E.V. and Klimova, T.B. (2019), "Dynamic acoustics in the tourism and hospitality industry: trends and prospects", *The North is in Russia and behind the wheel*, 3 (85). pp. 34-47.

Bogomazova, I.V. and Klimova, T.B. (2022), "Digital services and the tourist ecosystem in the development of domestic tourism", *Economy. Computer science*, 49 (4), pp. 718-730 [Online], available at: <https://doi.org/10.52575/2687-0932-2022-49-4-718-730> (Accessed 10 October 2024).

Burnashev, R.F. and Akbarzoda, M.T. (2023), "The role of information technologies in improving the quality of services in the tourism industry", *Universe: technical sciences: electron. scientific Journal*, 7 (112). [Online], available at: <https://7universum.com/ru/tech/archive/item/15783> (Accessed 13 October 2024).

Development of the tourism industry in the Republic of Kazakhstan: report (2023), Center for Economic Research, Kazakhstan Institute for Strategic Studies under the President of the Republic of Kazakhstan, 7 p.

Garifyanova, V.I. and Galimov, A.M. (2019), "Investigation of the possibilities of digitalization in the international tourism industry", *Kazan Bulletin of Young Scientists*, Vol. 3, 2 (10), pp. 157-164.

Gordienko, S.V. (2021), "The main directions of technological innovations in the reproduction of tourist products", *Issues of innovative economics*, Vol. 11, 3, pp. 1197-1214.

Gursoy, D., Li, Yu. and Song, H. (2023), "CHATGPT and the hospitality and tourism industry: an overview of current trends and future research directions", *Journal of Hospitality Marketing & Management*, 32 (5), pp. 579-592.

How the Kazakh tourism business develops tourism in Kazakhstan? And what is the concept of "4E", which will form the basis of the national tourism brand [Online], available at: <https://profi.travel/articles/33952/de> (Accessed 17 October 2024).

Information system "TURSTAT" [Online], available at: <https://tourstat.kz> / (Accessed 17 October 2024).

JSC "Kazakh Tourism National Company" [Online], available at: <https://qaztourism.kz/ru/about-company/our-work/mission/tails> (Accessed 17 October 2024).

Kazakh tourism in Kazakhstan: A new stage of partnership for the development of tourism in Kazakhstan [Online], available at: <https://optimism.kz/2024/01/31/kazakh-tourism-i-yandeks-kazahstan-novoe-etap-partnyorstva-dlya-razvitiya-turizma-v-kazahstane/> (Accessed 17 October 2024).

Kharchenko, D.E. and Lebedeva, S.A. (2022), "Import substitution of digital technologies in the tourism business in the era of economic transformations", *Issues of innovative economics*, Vol. 12, 4, pp. 2717-2730.

Kirillova, S.A. (2020), "Digital transformation of tourism: trends, tasks, solutions", *Proceedings of the Ufa Scientific Center of the Russian Academy of Sciences*, 3, pp. 75-81.

Kirillova, S.A. (2020), "Digitalization of domestic tourism as a tool to increase the competitiveness of territories", *Innovative technologies for managing socio-economic development of Russian regions*, pp. 229-234.

Kiryanova, L.G. (2010), "Marketing of destinations as a modern approach to the management of a tourist region", *Izvestiya Tomsk Polytechnic University*, Vol. 316, 6, pp. 35-40.

Kitsis, V.M. and Morozova, E.A. (2021), "Forms of digitalization in tourism", *Scientific Review*, 2, p. 8.

Lebedeva, S.A. (2021), "Virtual tourism as one of the directions of realization of excursion tourist services during the pandemic", *Modern problems and technologies in the field of tourism, hospitality, service, State and municipal management of the tourist and recreational complex, Russian and foreign experience*, pp. 173-175.

Markelova, E.A. and Khayretdinova, O.A. (2022), "The development of mobile guides as a trend of digitalization of tourism", *Bulletin of the Ufa State Petroleum Technical University*, 1 (39), pp. 39-44.

Morozov, M.A. (2022), "Innovative solutions in the tourism and hospitality industry in a new reality", *Bulletin of the Academy of Knowledge*, 2 (49), pp. 195-200.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2020), "Innovative trends in the development of tourism and public business in the Russian Federation", *State-democratic research*, 2 (28), pp. 196-202.

Morozov, M.A. and Morozova, N.S. (2012), "A model for assessing the competitiveness of tourist destinations", *Bulletin*

of the Russian State University of Trade and Economics (RGTEU), 11 (70), pp. 100-108.

National Tourism Portal "Kazakhstan.travel" [Online], available at: <https://kazakhstan.travel/> (Accessed 17 October 2024).

Novobritskaya, E.A., Paul, L.V. and Lavrushina, E.G. (2014), "Information technologies in the creation of a tourist product", Modern scientific research and innovation, 9, Part 1 [Online], available at: <https://web.snauka.ru/issues/2014/09/38285> (Accessed 13 October 2024).

Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 No. 262 "On approval of the Concept of development of the tourism industry of the Republic of Kazakhstan for 2023-2029 and invalidation of certain decisions of the Government of the Republic of Kazakhstan" [Online], available at: <https://www.gov.kz/memleket/entities/tourism/documents/details/429828?lang=ru> (Accessed 17 October 2024).

Resolution of the Government of the Republic of Kazakhstan dated March 28, 2023 No. 269 "On approval of the Concept of Digital Transformation, development of the information and communication technologies and cybersecurity industry for 2023-2029" [Online], available at: <https://adilet.zan.kz/rus/docs/P2300000262> (Accessed 17 October 2024).

Serdyukov, S.D., Romanova, G.M. and Serdyukova, N.K. (2022), Information support and promotion of a tourist destination in the context of digital transformation, Moscow, First Economic Publishing House, 172 p.

Serdyukov, S.D., Serdyukova, N.K. and Romanova, G.M. (2018), "The system of promotion of a tourist destination as a component of information support in tourism", Bulletin of Eurasian Science, T. 10, 2.

The web platform "Tourism Online" [Online], available at: <https://tourisonline.kz/> (Accessed 17 October 2024).

The registration system "e-Qonaq" [Online], available at: <https://eqonaq.kz/> (Accessed 17 October 2024).

Tourism in Kazakhstan: industry research, problems and prospects [Online], available at: <https://optimism.kz/2023/11/22/turizm-v-kazahstane-issledovanie-otrasli-problematika-i-perspektivy/> (Accessed 17 October 2024).

Данные об авторах

Заирова Хуршида Бахрамжановна, менеджер по туризму

Рахимбекова Жанар Сапаровна, кандидат экономических наук, доцент Школы менеджмента

Богомазова Ирина Викторовна, доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the authors

Khurshida B. Zairova, Travel Manager

Zhanar S. Rakhimbekova, PhD in Economics, Associate Professor at the School of Management

Irina V. Bogomazova, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Tourism and Hotel Business

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.48

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-4

Чуваткин П. П.¹
Аврах И.Ю.²

Роль и значение государственно-частного партнерства
в развитии молодежного туризма

Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр
Российской Академии наук», ул. Яна Фабрициуса, 2/28, Сочи 354002, Россия

¹e-mail: lares@sochi.com

²e-mail: Avrakh@yandex.ru

¹ORCID 0000-0001-9203-933X

²ORCID0009-0000-9133-1259

*Статья поступила 27 сентября 2024 г.; принята 23 октября 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. Государственно-частное партнерство (ГЧП) в туризме представляет собой сотрудничество государственных структур с предпринимательскими организациями для достижения общих целей и задач в сфере туризма. Такое партнерство может выражаться в различных формах сотрудничества, таких как совместные инвестиции, разработка и реализация проектов, участие в маркетинговых и рекламных мероприятиях, обмен опытом и технологиями и т.п. Эффективное ГЧП способствует также устойчивому развитию туристских территорий за счет синергии государственных и частных ресурсов, привлечения инвестиций и повышения качества туристских услуг, что, в свою очередь, способствует росту их конкурентоспособности и привлекательности для молодых путешественников. Цель исследования заключается в определении роли и значения государственно-частного партнерства в развитии молодежного туризма, оценке влияния молодежного туризма на развитие территориальных образований. Теоретические исследования лишь совсем недавно стали выявлять специфические особенности молодежного туризма, среди которых высокая активность и мобильность, стремление к познанию, восприимчивость к новому, возможность организации путешествий. В работе представлена типология молодежного туризма, выявлены и систематизированы факторы, оказывающие существенное воздействие на продвижение молодежного туризма региона. Результаты исследования выявили активизацию использования механизмов государственно-частного партнерства (ГЧП) при формировании объектов туристской инфраструктуры для молодых путешественников. Обосновано, что в оценке влияния молодежного туризма на социально-экономическое развитие туристских территорий целесообразно представлять результаты в привязке к драйверам развития территориальных образований. Разработан перечень индикаторов, отражающих влияние молодежного туризма на развитие территории, сформирован алгоритм проведения комплексной оценки влияния молодежного туризма на развитие территории.

Ключевые слова: молодежный туризм; государственно-частное партнерство; типология; господдержка; корпорация «Туризм.РФ»; драйверы; алгоритм оценки

Для цитирования: Чуваткин П. П., Аврах И.Ю. Роль и значение государственно-частного партнерства в развитии молодежного туризма // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 55-66. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-4

Публикация подготовлена в рамках реализации государственного задания ФИЦ СНЦ РАН FGRW-2022-0001, № госрегистрации 122041900105-5

UDC 338.48

Petr P. Chuvatkin¹
Ivan Y. Avrakh²

Role and importance of public-private partnership in the development of youth tourism

Subtropical Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences,
2/28 Yan Fabricius St., Sochi, 354002, Russia

¹e-mail: lares@sochi.com

²e-mail: Avrakh@yandex.ru

¹ORCID 0000-0001-9203-933X

²ORCID 0009-0000-9133-1259

Abstract. Public-private partnership (PPP) in tourism represents cooperation of state structures with entrepreneurial organizations to achieve common goals and objectives in the field of tourism. Such partnership can be expressed in various forms of cooperation, such as joint investment, project development and implementation, participation in marketing and advertising events, exchange of experience and technologies, etc. Effective PPP also contributes to the sustainable development of tourist areas through the synergy of public and private resources, attracting investment and increasing the quality of tourist services, which, in turn, contributes to the growth of its competitiveness and attractiveness for young travelers. The purpose of the study is to determine the role and significance of public-private partnerships in the development of youth tourism, to assess the impact of youth tourism on the development of territorial entities. Theoretical studies have only recently begun to identify the specific features of youth tourism, including high activity and mobility, a desire for knowledge, susceptibility to new things, and the possibility of organizing travel. The work presents a typology of youth tourism, identified and systematized factors that have a significant impact on the promotion of youth tourism in the region. The results of the study revealed the intensification of the use of public-private partnership (PPP) mechanisms in the formation of tourist infrastructure for young travelers. It is reasonable to conclude that in evaluating the influence of youth tourism on the socio-economic advancement of tourist regions, it is essential to present findings in relation to the key drivers of territorial development. A list of indicators has been developed to reflect the impact of youth tourism on the development of the territory. Furthermore, an algorithm has been formulated for a comprehensive assessment of the impact of youth tourism on the development of the territory.

Keywords: youth tourism; public-private partnership; typology; state support; «Tourism.RF» corporation; drivers; evaluation algorithm

For citation: Chuvatkin, P. P., Avrakh, I. Y. (2024), "Role and importance of public-private partnership in the development of youth tourism", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 55-66. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-4

The study was funded by the state assignment research of FRC SSC RAS FGRW-2022-0001, project No. 122041900105-5

Введение (Introduction).

Молодежный туризм имеет важное экономическое значение, оказывая влияние на социально-экономическое развитие туристских регионов, однако более важное значение имеет воспитательная функция последнего путем формирования патриотизма, повышения образовательного уровня, в связи с чем, государство оказывает поддержку его развитию, в том числе через механизмы государственно-частного партнерства.

Исследования показывают, что молодежный туризм обладает огромным потенциалом, поскольку дает возможность реализации крупных инвестиционных проектов как по основной, так и по обеспечивающей инфраструктуре сферы внутреннего туризма. Его популярность создает возможности дополнительного импульса к социально-экономическому и экологическому развитию непосредственно тем территориям, где туризм является одним из основных видов деятельности. Важнейшим инструментом развития молодежного туризма в настоящее время может стать государственно-частное партнерство (ГЧП). Основные проблемы развития государственно-частного партнерства рассмотрены в работах Н.А. Игнатюк, В.И. Кружалина, Е.Л. Крюковой, В.А. Михеева, М.А. Морозова, Н.С. Морозовой, А.А. Семенина, Д.А. Сафонова, Н.В. Царевой и др. Однако вопросы развития молодежного туризма с использованием государственно-частного партнерства и его влияния на социально-экономическое развитие туристских территорий практически не

рассматриваются в научном сообществе или исследуются весьма фрагментарно.

Общие исследования понятия и сущности молодежного туризма в контексте его дальнейшего развития с использованием механизмов ГЧП показывают, что в современной отечественной литературе нет должного отражения теоретической базы исследуемого понятия (Бухвальд, 2019). Не решен ряд научных проблем, таких как отсутствие дефиниции молодежного туризма в законодательстве РФ, недостаточность интересных молодым людям туристских продуктов, нехватка высококвалифицированных кадров в туризме, обладающих навыками цифрового управления инвестиционными проектами. Проведение научных исследований по данным вопросам поможет внести ясность в решение этих проблем. Анализ позволил выявить, что развитие молодежного туризма оказывает положительное влияние на территорию с точки зрения повышения привлекательности региона: молодые туристы создают атмосферу и «шум» в месте временного пребывания, активно делятся впечатлениями посредством социальных сетей, чем могут дополнительно привлекать новых туристов и бизнес.

Ключевую роль в развитии территорий в настоящее время играют проекты, направленные на реализацию инициатив по проведению праздников и фестивалей, облагораживанию общественных пространств, реставрации памятников истории и культуры, модернизации объектов социальной

инфраструктуры и строительству новых. Суть подобных проектов заключается в привлечении внимания к объектам посредством художественных, медийных и издательских проектов, а также организации событий и программ социальной, культурной, образовательной и развлекательной направленности. Целевой аудиторией проектов является, как правило, местная молодежь. Однако, на наш взгляд, подобные проекты могут быть ориентированы и на молодое поколение в целом, которых привлекают подобные мероприятия среди путешествующей молодежи. ГЧП как раз и является одним из способов развития общественной инфраструктуры, которая основана на выстраивании долгосрочных отношений между бизнесом и государством с целью развития молодежного туризма. Развитие сферы туризма на базе механизма ГЧП с целью реализации крупных туристских проектов молодежной направленности реализуется в РФ в рамках Федеральной целевой программы (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в РФ» (Распоряжение Правительства РФ, 2018).

Цель исследования (The aim of the work). В статье представлено обоснование роли и значения государственно-частного партнерства в развитии туризма, в частности, молодежного. ГЧП способствует созданию привлекательных туристских направлений, привлечению инвестиций, увеличению доходов и улучшению благосостояния местного населения. Однако для успешной реализации проектов в сфере молодежного туризма необходимо учитывать интересы всех сторон, обеспечивать прозрачность и эффективность управления, а также соблюдать принципы устойчивого развития. Можно сказать, что ГЧП в эффективном развитии молодежного туризма представляет собой эффективный инструмент для объединения усилий государственных и частных структур в достижении общих целей.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods).

Исследование базируется на работах зарубежных и отечественных авторов, таких как Берт Дж. М. де Фриз, Омар А. Герреро, Дитер Хелм, Марджи Торрес, Тиффани Ченг Хан Люнг, Джеффри Д. Сакс, Борисов А.Н., Дорофеев М.Л., Боркова Е.А., Курбанов К.К., Шевчук И.А., Гасанов Э.А., Кряхтунов А.В., Магомедов А.М., Пискун Е.И., Яковлева С.И., Квартальнов В.А., Трофимов Е.Н., Зорин И.В., Ополченева Е.В., Шпилько С.П., Степуренко О.А., Бгатов А.П., которые довольно подробно рассматривают проблемы государственно-частного партнёрства, региональной экономики и управления проектами в сфере туризма.

При проведении исследования были использованы методы анализа научной литературы, моделирования, функционального прогнозирования, статистические методы, а также сравнительный и системный анализ.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).

Исследуя проблемы развития молодежного туризма, следует отметить, что границы возраста, соответствующего молодежному, существенно варьировались и видоизменялись с течением времени. Исторические данные показывают, что некоторые авторы делили жизненный цикл по принципу времен года. В частности, Пифагор считал, что период, относящийся к «весне» – это период до 20 лет, т.е. детство и юность, к сезону «лето» он относил возраст в промежутке между 20-40 годами, к «осени» относил плодоносящую зрелость – 40-60 лет, а к «зиме» относил старость от 60 до 80 лет. Некоторые авторы разрабатывали условные хронологические единицы. Так, Солон делил жизнь человека на десять «седмиц». Юность по его системе начинается в 14 лет, с 21 года начинается расцвет физической силы и длится до 28 лет, а период, идеально подходящий для вступления в брак, приходится на пятую

седмицу, полное созревание ума происходит в возрасте после 35 лет (Хасанова, 2014).

Как показывает обзор определений, под молодежным туризмом понимают путешествия молодого населения в возрасте от 18 до 30 лет с различными культурными и познавательными целями (Ананьев, 1996). Основными проблемными зонами научного исследования молодежного туризма в РФ

является отсутствие, в первую очередь, законодательной базы, и как следствие – нехватка статистических данных, что не дает очевидной возможности доказать взаимосвязь и влияние различных факторов на развитие данного вида туризма.

На основе проведенного контент-анализа автором уточнена типология молодежного туризма (рис. 1).

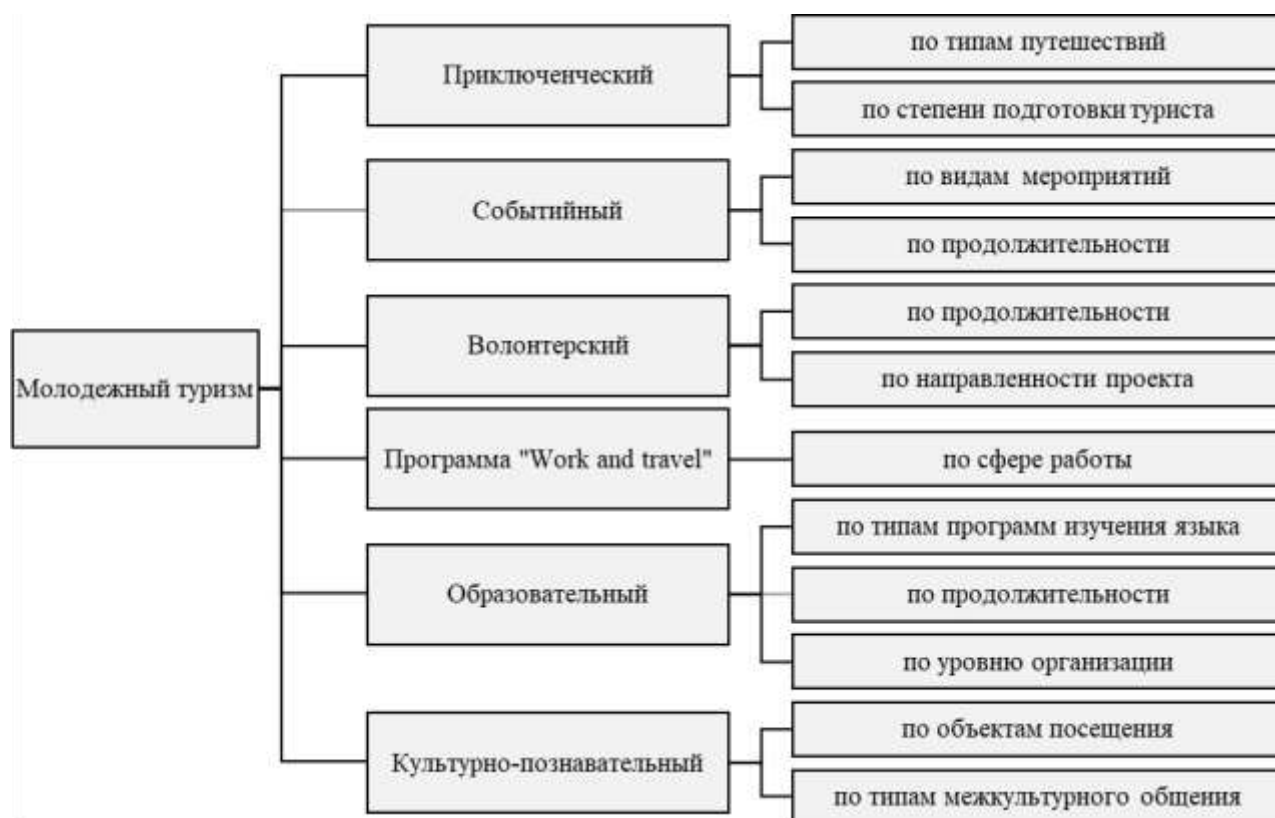


Рис. 1. Типология видов молодежного туризма
Fig. 1. Typology of youth tourism

Приведенная типология молодежного туризма не является исчерпывающей, и с развитием индустрии молодежного туризма этот список будет постоянно дополняться.

На развитии туристской индустрии сказывается воздействие ряда факторов (Иванов, 2018). При этом стоит отметить, что уровни влияния факторов значительно различаются. Так, в одной туристской территории развитие молодежного туризма определяется внутренними и внешними

факторами, а для другого региона важным являются факторы инфраструктурного и ресурсного характера. Тем не менее, системообразующие факторы тесно взаимосвязаны между собой. Индивидуализация туристского продукта для молодежи в туристском регионе требует более качественного исследования рынка, а значит, и более высокой квалификации кадров, знаний и умений применять цифровые технологии в системе молодежного туризма (Рассохина, 2010).

Особую роль в последнее время занимают и политические факторы: в силу сложности политических и социально-экономических отношений вследствие санкционного давления со стороны недружественных стран для молодежи, как и для взрослых туристов, становится небезопасным посещение ряда зарубежных стран.

Развитие молодежного туризма в России имеет свою специфическую особенность, характеризующуюся:

- возрастом туристов;
- предпочтениями в экономных коллективных средствах размещения, к примеру, в хостелах;
- предпочтениями в активных видах туризма, участием в молодежных форумах и фестивалях.

Кроме того, к особенностям молодежного туризма можно отнести аспекты, представленные на рис. 2.



Рис. 2. Особенности молодежного туризма
Fig. 2. Features of youth tourism

Что касается государственно-частного партнерства в туризме, то оно представляет из себя, по сути дела, своеобразный альянс между властью и туристским бизнесом (Багирян, 2016), при этом основной задачей, стоящей перед государством, является увеличение вклада туризма в ВВП с помощью мер господдержки почти до 5 % (Туризм в России, 2023)

В общем объеме за весь 2023 год запущено 326 проектов, реализуемых на условиях государственно-частного партнерства на сумму 955 млрд. руб., из которых 620 млрд руб. (65%) приходится на внебюджетные средства. Средний объем общих инвестиций, приходящихся на один проект, составляет свыше 3 млрд руб.¹ (рис. 3).

¹ Государственно-частное партнерство в России Итоги 2023 года и основные тренды. <https://data.tedo.ru/publications/ppp-digest.pdf>

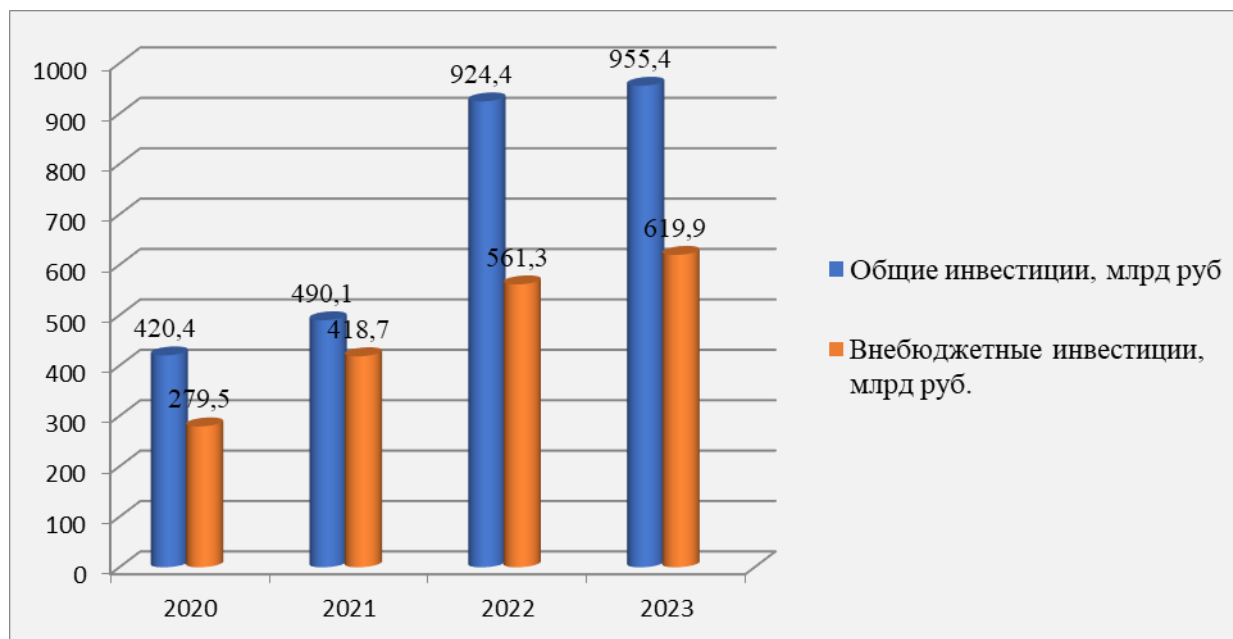


Рис. 3. Реализуемые проекты в рамках ГЧП¹
Fig. 3. PPP projects in progress

Большая работа ведется в направлении развития ГЧП, реализуемого в индустрии туризма (Беденко и др., 2013). Так, в данной сфере реализовано за 2023 год 109 соглашений, где 151,8 млрд руб. составили общие инвестиции, соответственно 100 млрд руб. пришлось на внебюджетные средства. При этом более 60% соглашений реализуются на уровне муниципалитетов, следовательно, наблюдается тенденция активизации привлечения частных инвестиций органами местного самоуправления (Гласова, 2017).

Предусмотрены были также инвестиции, направляемые государством в 2023 и 2024 годах на поддержку проектов в секторе молодежного туризма, к примеру, на создание модульных некапитальных средств размещения, которыми охотно пользуются молодые путешественники. Господдержка создания модульных отелей для дальнейшего развития молодежного туризма определена Правительством РФ как одно из

приоритетных направлений на сегодняшний день (Рейтинг субъектов РФ, 2023).

Ведущая роль в этих процессах отводится АО «Корпорация Туризм.РФ». Помимо реализованных проектов существуют и потенциальные туристские инвестиционные проекты, входящие в сферу деятельности Корпорации «Туризм.РФ», нацеленные на развитие молодежного туризма. К ним относится, в первую очередь, молодежный туристский кластер «АбрауУтриш», ввод которого в эксплуатацию запланирован до 2028 года. Помимо данного объекта на принципах ГЧП будет сформированы туристские кластеры в Мурманской области, на Дальнем Востоке, а также бальнеологический курорт «Долина Васта» в городе Сочи и ОЭЗ «Новая Анапа» в Краснодарском крае.

Корпорации «Туризм.РФ» предстоит принимать участие во многих других инвестиционных проектах с использованием бюджетных инвестиций, сформированного мастер-плана с построением финансовой модели проекта.

¹ Рекомендации по реализации проектов государственно-частного партнерства. Практики реализации проектов., М, 2023

На рис. 4 представлены основные объекты туристских проектов, реализуемые на принципах ГЧП в 2022 году.

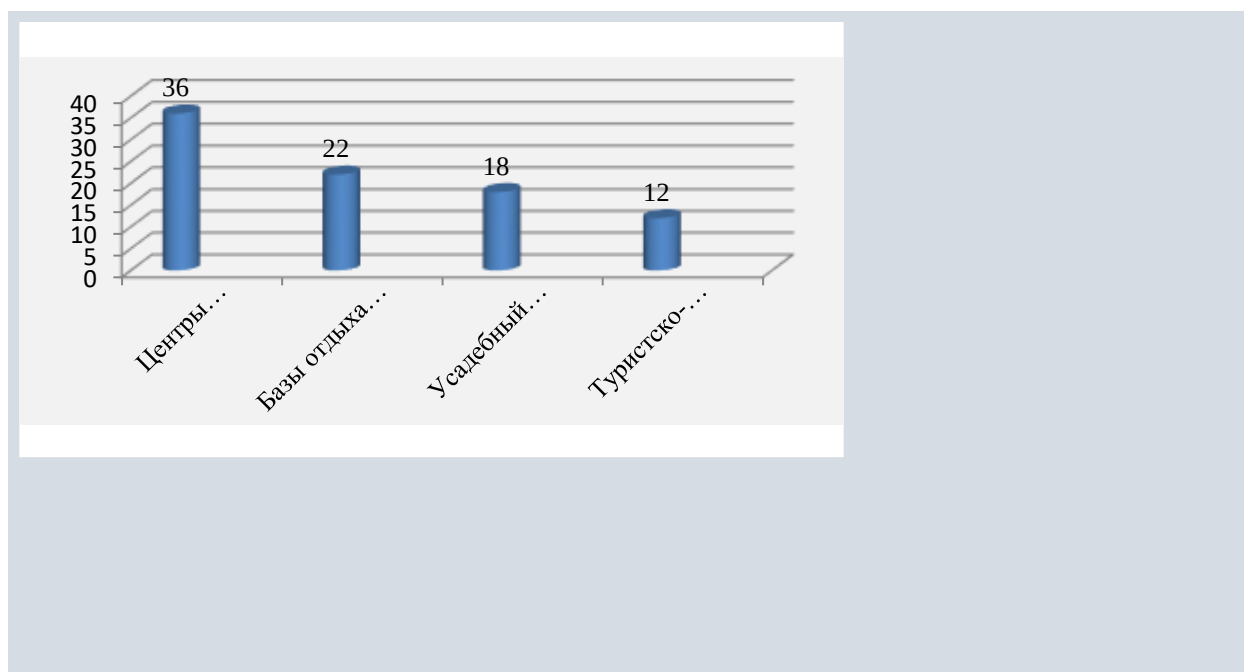


Рис. 4. Объекты инвестирования молодежных туристских проектов, %
Fig. 4. Investment objects of youth tourism projects, %

Одним из важнейших аспектов реализации ГЧП в целях активизации молодежного туризма является процедура оценки влияния молодежного туризма на развитие территории, опирающейся на определенную систему индикаторов и драйверов, в числе которых следующие (Левченко, 2016):

1. Экономика. Диверсификация экономики, внедрение инноваций, повышение квалификации работников увеличат конкурентоспособность территории на региональном, федеральном и международном уровнях;

2. Общество. Увеличение человеческого капитала, обеспечение жителей рабочими местами и доступом к качественному образованию позволят местным жителям быстрее приспособиться к воздействию внешних факторов: экономических, политических, климатических;

3. Пространство. Интенсификация инфраструктурной составляющей территорий.

Социально-экономический эффект от реализации туристских объектов целесообразно представлять в привязке к указанным драйверам.

Таблица 1

Драйверы и индикаторы, отражающие влияние молодежного туризма на развитие территории

Table 1

Drivers and indicators reflecting the impact of youth tourism on the development of the territory

Драйвер развития	Индикатор достижения цели
Экономика	Увеличение туристского потока
Общество	Рост количества организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность
Общество	Рост количества организаций, осуществляющих перевозку
	Рост количества организаций, осуществляющих производство сувенирной продукции
Пространство	Рост количества арт-объектов, арт-дворов
	Рост количества экскурсий по молодежной тематике

Алгоритм оценки возможно проводимых молодежных мероприятий, представить в виде набора шагов, отражающих прямую зависимость предлагаемых драйверов и индикаторов (рис. 5).

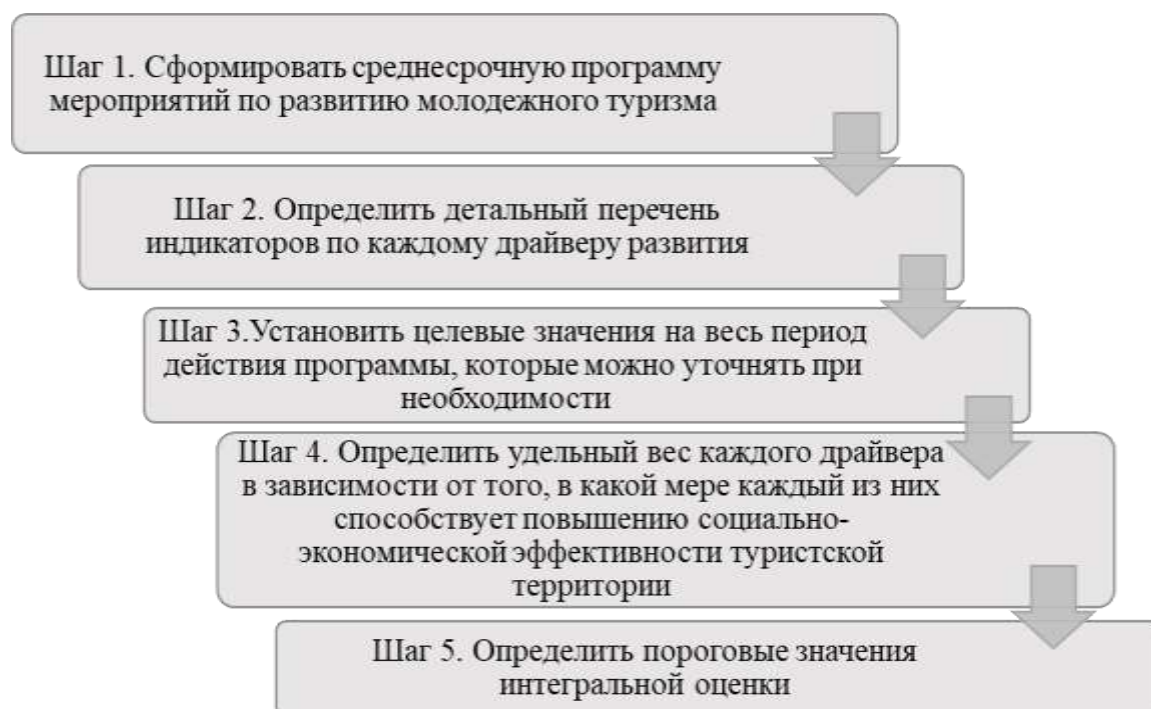


Рис. 5. Алгоритм проведения оценки, отражающий воздействие молодежного туризма на развитие территории

Fig. 5. Assessment algorithm reflecting the impact of youth tourism on the development of the territory

Реализация проекта, направленного на развитие молодежного туризма, сопряжена, в большинстве случаев, с определением специфических критериев,

которые связаны с особенностями целевой аудитории. В первую очередь это креативность, незаурядность содержательной части проекта. Кроме того, следует учитывать формы активности, интересные молодежи. Не менее важна необычная подача материала и использование современных информационных и цифровых технологий.

В силу того, что молодежь имеет определенный перечень требований в области туризма, стоит также определить наиболее привлекательные направления проектов, в числе которых могут быть такие, как проведение фестивалей молодежной культуры, развитие инновационных видов транспорта, позволяющих путешествовать с комфортом и интересом (например, инновационные канатные дороги, автобусы-амфибии для прогулок по воде и прочие), открытие уникальных предприятий общественного питания с самобытной кухней, оригинальным интерьером, развитие молодежных цифровых платформ и экосистем.

Эффективность проекта – соответствие проекта интересам инвестора, измеряемое показателями эффективности. Для оценки эффективности молодежного туристского проекта, реализуемого на базе ГЧП, необходимо еще на старте проекта помимо экономических показателей разработать показатели, которые будут характеризовать специфику молодежного проекта, к которым можно отнести степень готовности персонала, занятого в туристской деятельности, к использованию цифровых технологий, риски внедрения проекта и ряд других. Кроме того, необходима разработка показателей эффективности молодежного туристского проекта ГЧП с использованием методики SMART, которая отличается более объективной системой оценки. Основные задачи в подобном варианте возможно представить как Specific (конкретность), Measurable (измеримость), Achievable

(достижимость), Relevant (соответствие), Timed (временная ориентация).

Заключение (Conclusions).

Выявлены особенности проектов государственно-частного партнерства как основного инструмента привлечения инвестиций в развитие молодежного туризма, которые свидетельствуют об активизации применения данных механизмов в условиях новых реалий. Тем не менее, количество молодежных туристских проектов в общем объеме, размещенных на сайте национального центра ГЧП, составляет не более 3%, что совершенно недостаточно. Диапазон бизнес-моделей достаточно широк, включающий разнообразные источники проектного финансирования, среди которых большое внимание уделяется такой форме, как квазигосударственное финансирование, осуществляемое АО Корпорация «Туризм.РФ». Как показало исследование, ключевую роль в развитии туристских территорий в настоящее время играют проекты, направленные на реализацию инициатив по проведению праздников, фестивалей и молодежных форумов, где целевой аудиторией проектов является молодежь.

Для более точной оценки влияния молодежного туризма на социально-экономическое развитие территорий целесообразно представлять результаты в привязке к драйверам развития территориальных образований. К числу подобных драйверов возможно отнести следующие: экономика, общество, пространство, по каждому из которых необходимо сформировать перечень индикаторов, позволяющих по определенному алгоритму дать интегральную оценку практически любого молодежного туристского проекта в формате ГЧП.

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

Conflicts of Interest: The authors have no conflict of interest to declare.

Список литературы

Ананьев Б.Г. Психология и проблемы человекознания: избр. психол. труды / Под ред. А.А. Бодалева. М.: Изд-во «Ин-т практ. психологии»; Воронеж: НПО «МОДЭК», 1996.

Багирян В.А. Государственно-частное партнерство в туризме как инструмент защиты национальных интересов государства // Финансовые исследования. 2016. № 2 (51). С. 62-68.

Беденко Н.Н., Досаева А.Л., Мошкова Л.Е. Государственно-частное партнерство в туризме на территории присутствия: перспективные модели // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2013. № 20. С. 20-26.

Борщевский Г.А. Создание институциональных условий для привлечения инвестиций в инфраструктуру: опыт российских регионов // Вопросы экономики. 2019. № 2. С. 134-157.

Бухвальд Е. М. Основы государственно-частного партнерства (теория, методология, практика). М.: АНКИЛ, 2019. – 245 с.

Валиев М.Ш. Государственно-частное партнерство как инструмент отраслевого развития внутреннего регионального туризма // Вестник Поволжского государственного университета сервиса. Серия: Экономика. 2014. № 5 (37). С. 66-72.

Гласова Е.С., Сафронова С.Э. Государственно-частное партнерство в сфере туризма в России // Бизнес-образование в экономике знаний. 2017. № 1 (6). С. 12-14.

Государственно-частное партнерство в сфере туризма. Лучшие практики субъектов Российской Федерации. М.: Изд-во Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, 2018. – 104 с.

Ежемесячный дайджест рынка ГЧП в России. Май, 2023. РОСИНФРА. Платформа поддержки инфраструктурных проектов. URL: <https://rosinfra.ru/digest/documents/one/ezemesac-nuj-dajdzest-rynka-gcp-v-rossii-aprel-2020> (дата обращения 28.08.2024).

Иванов О. В. Механизмы государственно-частного партнерства в экономической политике России: / О.В. Иванов, П.Л. Селезнев, А.А. Галкин и др.

Под ред. О.В. Иванова. – М.: МГИМО-Университет, 2018. – 408 с.

Левченко К.К. Основные особенности и тенденции развития рынка туризма // Транспортное дело России. 2016, № 7. С. 4-16.

Рассохина Т.В., Мельник Н.В. Развитие молодежного туризма как направление государственной социальной инновационной политики / Т.В. Рассохина, Н.В. Мельник // Вестник Российского нового университета. 2010. № 2. С. 177-179.

Туризм в России. URL: <https://gks.ru/folder/23457> (дата обращения 28.08.2024).

Хасанова Г.Б. Антропология. 6-е издание. Учебное пособие. – М.: ООО «КноРус», 2014.

References

Ananiev, B.G. (1996), *Psychology and problems of human science: selected works in psychology*, ed. by A.A. Bodaleva, M., Publishing House of the Institute of Practical Psychology, Voronezh, NPO MODEK.

Bagiryan, V.A. (2016), “Public-private partnership in tourism as a tool to protect the national interests of the state”, *Financial Research*, 2 (51), pp. 62-68.

Bedenko, N.N., Dosaeva, A.L. and Moshkova, L.E. (2013), “Public-private partnership in tourism in the territory of presence: promising models”, *Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management*, 20, pp. 20-26.

Borshchevsky, G.A. (2019), “Creation of institutional conditions for attracting investment in infrastructure: the experience of Russian regions”, *Economic issues*, 2, pp. 134-157.

Buchwald, E. M. (2019), *Fundamentals of public-private partnership (theory, methodology, practice)*, M., ANKIL.

Glasova, E.S. and Safronova, S.E. (2017), “Public-private partnership in the field of tourism in Russia”, *Business education in the knowledge economy*, 1 (6), pp. 12-14.

Hasanova, G.B. (2014), *Anthropology. 6th edition. Tutorial*, M., KnoRus LLC.

Ivanov, O.V. (2018), *Mechanisms of public-private partnership in the economic policy of Russia*, Ed. P.L. Seleznev, A.A. Galkin, M., MGIMO-University.

Levchenko, K.K. (2016), “Main features and trends in the development of the tourism

market”, *Transport business of Russia*, 7, pp.14- 16.

Monthly PPP market digest in Russia (2023), ROSINFRA, *Infrastructure Project Support Platform* [Online], available at: <https://rosinfra.ru/digest/documents/one/ezemesacnyj-dajdzest-rynka-gcp-v-rossii-aprel-2020> (Accessed 28 August 2024).

Public-private partnership in tourism, Best practices of the constituent entities of the Russian Federation (2018), *Publishing House of the Plekhanov Russian University of Economics*.

Rassokhina, T.V. and Melnik, N.V. (2010), “Development of youth tourism as a direction of state social innovation policy”, *Bulletin of the Russian New University*, 2, pp. 177-179.

Tourism in Russia [Online], available at: <https://gks.ru/folder/23457> (Accessed 28 August 2024).

Valiev, M.Sh. (2014), “Public-private partnership as a tool for the sectoral development of domestic regional tourism”, *Bulletin of the Volga State University of Service, Series: Economics*, 5 (37), pp. 66-72.

Информация об авторах

Чуваткин Петр Петрович, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник

Аврах Иван Юрьевич, аспирант

Information about the authors

Petr P. Chuvatkin, Doctor of Economics, Professor, Chief Researcher

Ivan Y. Avrakh, Post-graduate Student

Оригинальная статья
Original article

УДК 332.1:338.48(470.319)

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-5

Шмарков М. С.^{1а}
Цёхла С.Ю.^{2б}
Шмаркова Л. И.^{3в}
Казакова М.В.^{1г}

Гастрономический туризм как драйвер развития
регионального рынка туристских услуг: оценка состояния
и перспективы

¹ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева»,
ул. Комсомольская, 95, Орел 302026, Россия

²ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,
проспект Академика Вернадского, 4, Симферополь 295007, Россия

³ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы
при Президенте Российской Федерации»,
Среднерусский институт управления – филиал,
ул. Октябрьская, 12, Орел 302028, Россия

^а*e-mail:* turexpert888@yandex.ru

^б*e-mail:* s.tsohla@yandex.ru

^в*e-mail:* shmarkova_lara@mail.ru

^г*e-mail:* ledi.angelmari@gmail.com

^а ORCID 0000-0003-1120-5338

^б ORCID 0000-0001-6485-3019

^в ORCID 0000-0003-1832-4495

^г ORCID 0009-0005-9467-4659

*Статья поступила 12 ноября 2024 г.; принята 14 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. В российских регионах фокусируется внимание на активизации внутреннего туризма. Обзор результатов научных исследований по проблематике развития региональных рынков привел к выводу о том, что одним из драйверов развития является гастрономический туризм, который сегодня рассматривается как важный источник возрождения туризма. В связи с этим интерес представляет исследование практики, анализ и оценка эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма, что и составляет цель исследования. В работе изложен авторский подход к построению системы критериев оценки, представлен вариант балльной системы оценки уровня выполнения критериев; предложена и апробирована методика расчета оценки. По результатам оценки эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма даны рекомендации, выполнение которых будет способствовать развитию регионального рынка туризма (на примере Орловской и соседствующих с ней областей). Предложенный метод может быть использован для оценки эффективности туристской деятельности и в других секторах региональных рынков.

Ключевые слова: регион; рынок услуг; сфера гастрономического туризма;

оценка состояния

Для цитирования: Шмарков М. С., Цёхла С.Ю., Шмаркова Л. И., Казакова М.В. Гастрономический туризм как драйвер развития регионального рынка туристских услуг: оценка состояния и перспективы // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С.67-83. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-5

UDC 332.1:338.48(470.319)

Mikhail S. Shmarkov^{1a}

Svetlana Y. Tsyokhla^{2б}

Larisa I. Shmarkova^{3в}

Marina V. Kazakova^{4г}

**Gastronomic tourism as a driver of the development
of the regional market of tourist services:
assessment of the state and prospects**

¹ Turgenev Orel State University,
95 Komsomolskaya St., Orel 302026, Russia

² Vernadsky Crimean Federal University,

4 Academician Vernadsky Ave., Simferopol 295007, Russia

³ Russian Academy of National Economy and Public Administration under the President
of the Russian Federation, Central Russian Institute of Management (Branch),
12 Oktyabrskaya St. Orel 302028, Russia

^ae-mail: turexpert888@yandex.ru

^бe-mail: s.tsohla@yandex.ru

^вe-mail: shmarkova_lara@mail.ru

^гe-mail: ledi.angelmari@gmail.com

^a ORCID 0000-0003-1120-5338

^б ORCID 0000-0001-6485-3019

^в ORCID 0000-0003-1832-4495

^г ORCID 0009-0005-9467-4659

Abstract. In the Russian regions, there is a focus on the promotion of domestic tourism. A review of the results of scientific research on the development of regional markets has led to the conclusion that gastronomic tourism is one of the key drivers of regional economic growth and development. It is now widely acknowledged as an important source of tourism revival. In light of the above, it is of interest to examine the practice, analysis and evaluation of the effectiveness of tourist activities in the field of gastronomic tourism, which represents the objective of the present study. The paper outlines the authors' approach to the construction of a system of evaluation criteria, presents a variant of a point system for the assessment of the level of fulfilment of the aforementioned criteria, and proposes and tests a methodology for the calculation of the assessment. Based on the findings of the evaluation of the efficacy of tourism activities in the domain of gastronomic tourism, recommendations are put forth, the implementation of which will facilitate the advancement of the regional tourism market (illustrated through the case of Orel and its neighbouring regions). The proposed methodology can be employed to assess the effectiveness of tourism activities in other sectors of regional markets.

Keywords: the region; the market of services; the field of gastronomic tourism; assessment of the condition

For citation: Shmarkov, M. S., Tsyokhla, S. Y., Shmarkova, L. I., Kazakova, M. V. (2024), "Gastronomic tourism as a driver of the development of the regional market of tourist services: assessment of the state and prospects", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 67-83. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-5

Введение (Introduction). Развитие внутреннего туризма является «одним из приоритетных направлений в долгосрочной стратегии развития России» (Путин назвал..., 2024). На реализацию Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» уже направлено более 200 млрд руб., количество туристских поездок в стране увеличилось с 45 млн руб. в 2020 году до 84 млн руб. в 2023 году (Чернышенко рассказал..., 2024). В 2023 году вырос туристский поток в нетуристские регионы страны за счет развития событийного и гастрономического туризма (РСТ отметил вклад..., 2023). Регионы стали фокусировать внимание на гастрономическом туризме (Почему в России..., 2023). Популяризацию гастрономического туризма стимулируют органы исполнительной власти. Так, в 2017 году Правительством был запущен проект «Гастрономическая карта России», в 2018 году Росстандартом была принята система добровольной сертификации в сфере гастрономического туризма. Активную работу по формированию туристской привлекательности регионов ведет Национальная ассоциация гастрономического туризма России (Национальная ассоциация..., 2024).

Ольга Вапнярская, заместитель директора Института развития креативных индустрий НИУ ВШЭ, отмечает, что «питание становится ... влиятельным фактором выбора тура» (Почему в России..., 2023). По мнению Оксаны Булах, коммерческого директор Национального туроператора «Алеан», «расширение гастрономических предложений – это возможность разнообразить турпрограммы, расширить сезонность» (Почему в России..., 2023).

Коммерческий директор туроператора «Алеан» заявил, что «спрос на гастрономические туры по России растет ежегодно на 17%» (Пир во время..., 2021).

Значимость, практика, технологии и проблемы организации гастрономического туризма, перспективы развития и мотивации туристов составляют предмет исследований российских и зарубежных ученых.

Мерцалова С.Л., Цыбакова О.В, изучив тенденции развития внутреннего туризма и практику организации гастрономического туризма, отметили его важность в развитии регионов и формировании их туристской привлекательности (Мерцалова, Цыбакова, 2021).

Мартьянова Е.Г., Чеснова Е.Н. проанализировали ресурсы Тульской области в сфере гастрономического туризма и считают, что гастрономические бренды представляют большой интерес для внутреннего и въездного туризма (Мартьянова, Чеснова, 2019). Комкова А.А., Пономарева И.Ю. проанализировали практику организации и посещаемости гастрономических мероприятий в Тульской области, отметили их широкое разнообразие (Комкова, Пономарева, 2018а), исследовали событийную составляющую гастрономического туризма в Тульской области (Комкова, Пономарева, 2018б). Субботина Т.Н. отметила, что в Калужском регионе широкую популярность приобрели гастрономические фестивали, и стал активно развиваться гастрономический туризм (Субботина, 2023). Стрельникова М.А. охарактеризовала особенности региональных гастрономических продуктов в Липецкой области и отметила, что гастрономические маршруты

дополняют картину туризма в регионе, но их состав не полно отражают гастрономическую культуру региона (Strelnikova, 2021). Горошко Н.В. и Пацала С.В. представили палитру наиболее значимых гастрономических брендов российских регионов (Горошко, Пацала, 2022). Абушенкова М.В. и Смирнова М.А., проанализировав динамику оборота денежных средств в индустрии общепита в Курской области, пришли к выводу: эффективным инструментом развития гастрономического туризма в регионе является создание кулинарных студий (Абушенкова, Смирнова, 2024). Генералова А.А. на основе результатов маркетинговых исследований особенностей потребительского спроса на гастрономические туры, проведенного среди респондентов Орловской области, в целях популяризации гастрономического туризма рекомендует предприятиям туристской индустрии ориентироваться на молодежный сегмент и сегмент потребителей со средним достатком (Генералова, 2018).

Thongkaw B., Kongbuamai N., Chinnakum W., Chaiboonsri S. гастрономический туризм видят источником возрождения туризма в Таиланде после экономической депрессии, вызванной пандемией COVID-19 (Thongkaw, Kongbuamai, Chinnakum, Chaiboonsri, 2024).

Мотивы, профили и запросы гастрономических туристов, проблематику формирования туристских продуктов в соответствии с их потребностями исследовали Dancausa Millarn M.G., Millarn Varzquez de la Torre M.G. и Hernandez Rojas R. (Dancausa Millan et al., 2021); при этом выявили, что гастрономия редко используется для брендинга регионов. Jonson A.P., Masa J.R., анализируя мотивы туристов, установили значимое влияние качества, имиджа и цены гастрономии на мотивацию и удовлетворенность потребителей (Jonson, Masa, 2023). Arcana I.N., Mahadewi N.M.E.

исследовали влияние факторов (качества еды, гигиены, цены, атмосферы) на удовлетворенность гастрономических туристов и систематизировали их по уровню значимости (низкой и высокой) (Arcana, Mahadewi, 2019).

Лагусев Ю.М. и Балынин К.А. констатируют, что «гастрономические бренды ... занимают значительное место среди факторов, формирующих имидж дестинации» (Лагусев, Балынин, 2016).

Модель организационной системы событийно-гастрономического туризма предложили Вишневская Е.В. и Богомазова И.В. и разработали направленную на его развитие модель системы мероприятий, включающую блок целеполагания, критериально-оценочный и результативный блоки (Вишневская, Богомазова, 2017).

Борисов Д. А., Голубченко И. В. предложили критерии и методику оценки гастрономических туров, использовали ее для оценки гастрономической привлекательности регионов Португалии и составления оценочной карты регионов (Борисов, Голубченко, 2023).

Таким образом, в сложившихся условиях гастрономический туризм выступает драйвером развития рынка туристских услуг в регионах. Однако оценке его состояния и определению перспектив развития практически не уделяется внимание, что составляет проблему исследования.

Цель исследования (The aim of the work). Целью исследования является анализ практики, оценка эффективности и сравнение результатов туристской деятельности в сфере гастрономического туризма и определение факторов его развития (на примере Орловской и соседствующих с ней областей).

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). Для анализа эффективности деятельности в сфере гастрономического туризма необходимо принять систему оценки и определить критерии, которые позволят не

только сопоставить результаты туристской деятельности в регионах, но и выявить ключевые факторы ее дальнейшего развития.

Для оценки эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма в регионах будем использовать балльные оценки по четырем базовым критериям и одиннадцати подкритериям K_i (таблица 1). Эффективность выполнения каждого из подкритериев оценивается по пятибалльной шкале и учитывается с его значимостью Z_i . Оценку R_i эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма в i -ом регионе будем рассчитывать по формуле:

$$R_i = \sum_{i=1}^n K_i \cdot Z_i.$$

Значимость показателей Z_i

назначалась в зависимости от степени влияния факторов (подкритериев) на результаты деятельности.

В качестве базовых критериев системы оценки эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма выбраны:

- наличие предложений в сфере гастрономического туризма;
- информирование о турпродуктах и услугах в сфере гастрономического туризма в регионе;
- продвижение туристских продуктов в сфере гастрономического туризма;
- взаимодействие органов власти, наделенными полномочиями в сфере туризма, предприятий туристской сферы и бизнеса.

Их подкритерии представлены в таблице.

Нами предложена пятибалльная система оценки уровня выполнения подкритериев (таблица).

Таблица

Система оценки эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма в регионах

Table

A system for evaluating the effectiveness of tourism activities in the field of gastronomic tourism in the regions

Базовые критерии	Подкритерии (K_i)	Система оценки*	Оценка значимости подкритерия (Z_i)
Наличие предложений в сфере гастрономического туризма	Наличие гастрономических турпродуктов, сформированных региональными туроператорами (K_1)	0 – отсутствие предложений туристских продуктов; 1 – туроператорские организации предлагают 1-2 идентичных туристских продукта; 2 – туроператорские организации предлагают 3-5 идентичных туристских продуктов; 3 – туроператорские организации предлагают более 5 идентичных туристских продуктов;	0,8
	Наличие гастрономических турпродуктов, сформированных национальными туроператорами (K_2)	4 – туроператорские организации предлагают более 5 туристских продуктов с разными объектами показа и содержанием; 5 – туроператорские организации	0,9

Базовые критерии	Подкритерии (K_i)	Система оценки*	Оценка значимости подкритерия (Z_i)
		предлагают более 10 туристских продуктов с разными объектами показа и содержанием.	
	Проведение мероприятий в сфере гастрономического туризма (K_3)	0 – в регионе не проводятся гастрономические мероприятия; 1 – в проводимых мероприятиях гастрономия является второстепенным элементом; 2 – проводимые мероприятия (от 1 до 3 в год) имеют районный или региональный статус, их основными участниками и посетителями являются жители района и региона; 3 – проводимые мероприятия (от 3 до 5 в год) имеют районный или региональный статус, их основными участниками и посетителями являются жители района и региона; 4 – проводимые мероприятия (от 3 до 5 в год) имеют региональный или межрегиональный статус, их основными участниками и посетителями являются жители региона, и туристы; 5 – проводимые мероприятия имеют межрегиональный или национальный статус, их участниками и посетителями являются жители, и гости региона.	0,7
	Наличие блюд региональной кухни в меню местных ресторанов и кафе (K_4)	0 – в меню региональных ресторанов и кафе не представлены блюда региональной кухни; 1 – в меню одного регионального ресторана или кафе представлено небольшое количество блюд региональной кухни (от 1 до 3); 2 – в меню нескольких ресторанов или кафе представлены однотипные блюда региональной кухни (от 1 до 3); 3 – в меню нескольких ресторанов или кафе представлено небольшое количество разных блюд региональной кухни (от 3 до 5); 4 – в меню множества ресторанов и кафе представлены разнообразные блюда региональной кухни (более 5); 5 – в меню множества ресторанов представлено большое разнообразие блюд региональной кухни (более 10).	0,4
	Наличие гастрономических	0 – в регионе нет гастрономических музеев;	0,6

Базовые критерии	Подкритерии (K_i)	Система оценки*	Оценка значимости подкритерия (Z_i)
	музеев (K_5)	1 – в регионе имеется гастрономический музей, посвящённый национальной кухне или продукту национальной кухни; 2 – в регионе имеется музей, посвященный региональному продукту; 3 – в регионе имеется несколько гастрономических музеев, посвященных региональным продуктам (1-3); 4 – в регионе имеется более 3 гастрономических музеев, посвященных разным продуктам региональной кухни; 5 – в регионе имеется более 5 гастрономических музеев, посвященных региональной кухне.	
Информирование о турпродуктах и услугах в сфере гастрономического туризма в регионе	Наличие информационных материалов о гастрономическом туризме на туристском портале региона и качество предоставления информации (K_6)	0 – на туристском портале региона отсутствуют информационные материалы; 1 – туристский портал содержит небольшое количество информационных материалов, часть из которых устарела; 2 – туристский портал региона содержит базовую информацию о гастрономическом туризме, но информация не охватывает полный спектр возможностей региона; 3 – туристский портал региона содержит достаточное количество информационных материалов, но есть ограничение в разнообразии или актуальности информации; 4 – туристский портал региона содержит широкий спектр информационных материалов, включая описания достопримечательностей, маршрутов, событий и карты; 5 – туристский портал региона содержит широкий спектр информационных материалов, включая описания достопримечательностей, маршрутов, событий, карты, а также предоставляет возможность бронирования гастрономических туров от туристских организаций.	0,5
	Использование каталогов, буклетов с информацией о гастрономическом туризме в регионе (K_7)	0 – в регионе не используют каталоги, буклеты с информацией о гастрономическом туризме; 1 – в регионе используется один или несколько каталогов, буклетов или другой печатной информации, но она не	0,2

Базовые критерии	Подкритерии (K_i)	Система оценки*	Оценка значимости подкритерия (Z_i)
		систематизирована, неполная, информация о гастрономических объектах и мероприятиях ограничена; 2 – в регионе имеются каталоги, буклеты или другая печатная информация, однако она не актуальна или обновляется не регулярно; 3 – доступна базовая информация о гастрономическом туризме в регионе, представленная в виде каталогов, буклетов, брошюр или другой печатной продукции, однако она не структурирована и не изложена на иностранных языках; 4 – доступна базовая информация о гастрономическом туризме в регионе, представленная в виде каталогов, буклетов, брошюр или другой печатной продукции, она структурирована и доступна на иностранных языках; 5 – доступны разнообразные каталоги и буклеты с подробной информацией о гастрономическом туризме в регионе, включая карты ресторанов, меню, рецепты традиционных блюд и другую полезную информацию, в том числе и на иностранных языках.	
Продвижение туристских продуктов в сфере гастрономического туризма	Продвижение гастрономических туристских продуктов туристскими организациями в сети Интернет (K_8)	0 – реклама о гастрономических туристских продуктах не размещена в сети Интернет; 1 – реклама о гастрономических туристских продуктах размещена в сети Интернет, но она ограничена или не систематизирована; 2 – реклама о гастрономических туристских продуктах размещена в сети Интернет, но не всегда актуальна; 3 – в сети Интернет размещена актуальная и полная информация о гастрономических турах (на сайтах, в социальных сетях, в поисковых системах); 4 – использованы разнообразные форматы интернет-рекламы (видео, фото, баннеры, контекстная реклама, таргетированная реклама в соцсетях и т.п.) для продвижения гастрономических турпродуктов; 5 – для продвижения гастрономических	0,8

Базовые критерии	Подкритерии (K_i)	Система оценки*	Оценка значимости подкритерия (Z_i)
		турпродуктов активно используются инструменты онлайн-рекламы, интернет-маркетинга и т.п.	
	Участие турфирм и органов власти, наделенных полномочиями в сфере туризма в организации специализированных гастрономических выставок, ярмарок и т.п. (K_9)	0 – не участвуют и не организуют специализированные выставки с целью популяризации региона как направления гастрономического туризма; 1 – единичные факты участия в туристских выставках, но их целью не является продвижение гастрономического туризма; 2 – эпизодически участвуют в туристских выставках и ярмарках, стенды не содержат полной информации о гастрономических предложениях, в регионе не организуют специализированные гастрономические выставки, ярмарки и т.п.; 3 – систематически участвуют в туристских выставках и ярмарках, но стенды не содержат полной информации о гастрономических предложениях, в регионе организуют небольшое количество специализированных гастрономических выставок, ярмарок и т.п.; 4 – активно участвуют в туристских выставках и ярмарках, продвигая гастрономический туризм и позиционируя регион как направление гастрономического туризма; организуют небольшое количество специализированных гастрономических выставок, ярмарок и т.п.; 5 – туристские организации и представители органов власти активно участвуют в туристских выставках и ярмарках, регулярно организуют специализированные гастрономические выставки, ярмарки и т.п..	0,5
	Продвижение гастрономического потенциала и мероприятий региона в СМИ (K_{10})	0 – продвижение гастрономического потенциала и мероприятий региона в СМИ не наблюдается; 1 – информация о гастрономическом потенциале региона и мероприятиях представлена в СМИ эпизодически или в форме кратких упоминаний; 2 – в СМИ публикуют общую информацию о гастрономическом	0,4

Базовые критерии	Подкритерии (K_i)	Система оценки*	Оценка значимости подкритерия (Z_i)
Взаимодействие органов власти, наделенными полномочиями в сфере туризма, предприятий туристской сферы и бизнеса		потенциале региона, редко упоминаются гастрономические мероприятия, проводимые в регионе; 3 – в СМИ периодически публикуют информацию о гастрономическом потенциале и мероприятиях региона, о продуктах и объектах показа; информация о проводимых гастрономических мероприятиях публикуется заблаговременно в качестве рекламы; 4 – в СМИ систематически публикуют, разнообразную, и привлекательную информацию о гастрономическом потенциале региона, информация визуализирована (имеются фото, видеоматериалы и т.д.), обзоры и интервью с шеф-поварами региона, рекламные кампании, гастрономические мероприятия широко освещаются в СМИ и включают рекламные материалы; 5 – посредством СМИ реализуют стратегическое продвижение гастрономического потенциала и мероприятий региона, направленное на формирование привлекательности региона как гастрономического направления.	
	Участие органов исполнительной власти, наделенных полномочиями в сфере туризма, в активизации туристской деятельности в сфере гастрономического туризма (K_{11})	0 – органы исполнительной власти не способствуют активизации туристской деятельности; 1 – органы исполнительной власти проявляют минимальное участие в активизации туристской деятельности, предоставляют минимальный объем информации о гастрономическом туризме; 2 – органы исполнительной власти способствуют активизации туристской деятельности посредством организации форумов, обсуждений гастрономического потенциала региона с представителями предприятий туристской сферы и бизнеса; 3 – органы исполнительной власти способствуют активизации туристской деятельности посредством организации форумов, обсуждений гастрономического потенциала региона с представителями	0,7

Базовые критерии	Подкритерии (K_i)	Система оценки*	Оценка значимости подкритерия (Z_i)
		предприятий туристской сферы и бизнеса и организации гастрономических фестивалей на территории региона; 4 – органы исполнительной власти способствуют активизации туристской деятельности посредством поддержки инициатив по созданию гастрономических маршрутов по территории региона, продвижения местных гастрономических маршрутов с помощью маркетинговых и туристских кампаний, сотрудничества с местными производителями и продовольственными ассоциациями; 5 – органы исполнительной власти способствуют активизации туристской деятельности, содействуют созданию инфраструктуры и системы поддержки и инвестирования для позиционирования региона как направления гастрономического туризма.	

*Система оценки составлена с учетом специфики регионального рынка туризма Орловской области на котором сфокусировано внимание авторов, и, в общем, может варьироваться

Использование предложенной системы балльной оценки позволит выделить показатели, на которые следует обратить внимание, учесть их при разработке стратегии туристской деятельности и формировании привлекательности региона как направления для гастрономического туризма.

Для проведения исследования были использованы материалы, представленные на сайтах туристских организаций, региональных туристских порталов, в туристских информационных системах, на информационных ресурсах субъектов, осуществляющих деятельность в сфере

общественного питания, в средствах массовой информации.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion).

Полученные результаты оценки эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма в Орловской области и в соседствующих с ней регионах: Тульской, Липецкой, Калужской, Курской, Брянской областях по базовым критериям представлены на рисунке 1.

Суммарные оценки по системе базовых критериев представлены на рисунке 2.



Рис. 1. Результаты оценки эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического по базовым критериям

Fig. 1. The results of evaluating the effectiveness of tourism activities in the field of gastronomy according to basic criteria

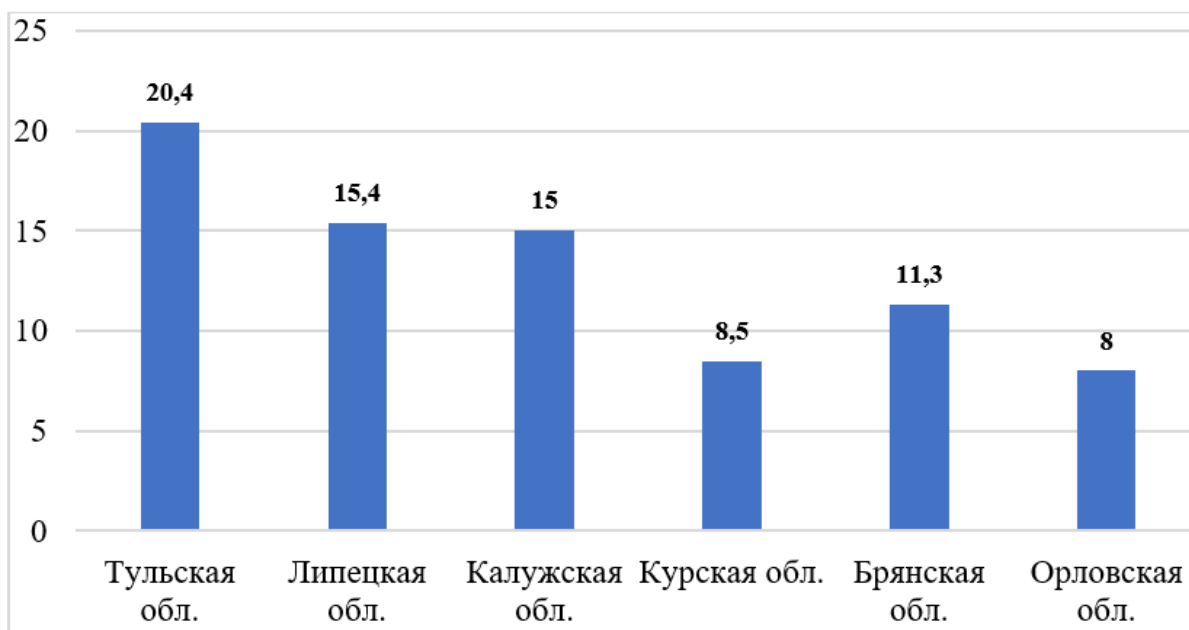


Рис. 2. Результаты суммарной оценки эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического по системе базовых критериев

Fig. 2. The results of evaluating the effectiveness of tourism activities in the field of gastronomy according to the system of basic criteria

Результаты свидетельствуют, что наиболее развита туристская деятельность в сфере гастрономического туризма в Тульской области. Тульская область

эффективно использует гастрономию при формировании туристских предложений, мероприятий и мастер-классов. Основой гастрономического туризма в регионе

являются гастрономические бренды региона: «Тульский пряник», «Белевская пастила», «Суворовские конфеты» и другие. Тульскую область среди других регионов отличает и более широкое информирование о возможностях гастрономического туризма – информацию легко найти на специализированном сайте и туристском портале региона. Туристский портал региона предоставляет широкий спектр информационных материалов, включая описания достопримечательностей, маршрутов, событий и карты. Тем не менее, слабой стороной деятельности туристских организаций на региональном рынке является недостаточно активное продвижение гастрономических турпродуктов.

Эффективность туристской деятельности в сфере гастрономического туризма в Липецкой и Калужской областях, соответственно оценена в 15,4 и 15 баллов. В регионах сформирована база гастрономических турпродуктов. В Липецкой области проводятся мероприятия гастрономической направленности (фестиваль зимней рыбалки «На Дону стоим, рыбой славимся!», «Раненбургское застолье», «Елецкий пир», «Доброе сало», «Русская закваска», «Черкасский огурец», «Августовские спасы», «Ведровский погребок», «Тыквенная каша», «Доброе сало» (Гастрономический туризм..., 2018), и другие, что является важным преимуществом для привлечения туристов в регион. В Калужской области событийная составляющая более слабая, проводится небольшое количество гастрономических мероприятий, преимущественно районного и регионального статуса. Информирование о возможностях гастрономического туризма удовлетворительно, туристам доступна базовая информация. Оценки по критерию «продвижение туристских продуктов в сфере гастрономического туризма» приблизительно равны, но в регионах все

же необходимо активизировать деятельность туристских организаций и местных органов власти по продвижению гастрономического туризма.

Туристские организации Брянской области активно формируют гастрономические маршруты по территории региона. В регионе проводятся гастрономические мероприятия (фестиваль «Яблочный спас», фестиваль «Свенская ярмарка» и др.), которые могут стать центром притяжения туристов. Тем не менее в Брянской области наблюдается низкий уровень информирования о гастрономическом туризме. На официальном туристском портале региона мало актуальной информации, которая полезна туристам при планировании посещения региона. Соответственно суммарная оценка 11, 3 – оказалась не высокой, и Брянская область заняла четвертое место в составленном рейтинге. Необходимо активизировать деятельность по продвижению турпродуктов в сфере гастрономического туризма.

Туристская деятельность в Курской и Орловской областях получила еще более низкие оценки: 8,5 и 8 баллов соответственно. Преимуществом рынка туристских услуг в Курской области является наличие гастрономических предложений. В тоже время, туроператоры Орловского региона не участвуют в формировании гастрономических турпродуктов; туристская деятельность акцентирована на событийных мероприятиях гастрономической направленности: проводятся гастрономический фестиваль кваса и напитков «Квасом едины» в г. Дмитровске, фестиваль «Слива-Град» в п.г.т. Кромы, литературно-кулинарный фестиваль «Тургеневский бережок». Продвижение гастрономического туризма в Орловской области осуществляется на выставках, ярмарках, в региональных СМИ, однако гастрономический имидж региона не обозначен. Слабой составляющей туристской деятельности в сфере

гастрономического туризма в Курской области является недостаточно активное продвижение гастрономических турпродуктов и преимущественная специализация на формировании экскурсионных туров культурно-познавательной, исторической направленности, а также паломнических.

Оценка эффективности туристской деятельности в сфере гастрономического туризма в Орловской области и соседних регионах (рисунок 1) и проведенный на ее основе сравнительный анализ позволили выявить факторы, на которых следует сконцентрировать внимание в процессе организации туристской деятельности на региональных рынках и ее регулирования.

Заключение (Conclusions). Одним из ключевых факторов развития регионального рынка туристских услуг является формирование турпродуктов гастрономической тематики, соответственно, весьма важно инициировать деятельность региональных туроператоров в решении этой задачи, что позволит привлечь организованный турпоток в регион. Для этого необходимо наладить партнерские отношения с предприятиями общественного питания, предприятиями АПК, фермерскими хозяйствами и т.п.

Ключевой проблемой является низкий уровень информирования о гастрономических турпродуктах и мероприятиях в регионах. На официальных туристских порталах регионов представлена лишь частичная, а иногда и неактуальная информация. Туристские организации сосредоточили внимание на продвижении турпакетов и традиционных видов туризма, в частности, культурно-познавательного.

Гастрономические туры и программы не представлены ни на главных страницах сайтов туроператорских организаций, ни в рекламных кампаниях, вследствие чего потенциальные туристы не имеют информации о гастрономических возможностях региона. Необходимо

повысить уровень информирования о предложениях в сфере гастрономического туризма посредством рекламных кампаний, создания специализированных ресурсов в сети Интернет, участия в специализированных выставках и форумах, публикаций в СМИ и т.п. Активное продвижение гастрономических мероприятий повысит туристский интерес и сформирует положительный имидж региона как направления гастрономического туризма. Для повышения информированности о туристских продуктах и услугах в сфере гастрономического туризма в Орловской области необходимо насыщение региональных туристских порталов актуальной информацией о гастрономическом туризме.

В Орловской области необходимо сформировать систему, в которой предприятия общественного питания и смежных отраслей обеспечат рынок услуг туристским ресурсом; и предприятия, осуществляющие туристскую деятельность, воспользовавшись им, разработают уникальные туристские предложения и реализуют их потребителям.

Поддержка функционирования таких систем органами исполнительной власти должна осуществляться, исходя из вклада каждой структуры в число туристских прибытий в регион.

Разнообразие и популяризация предложений в сфере гастрономического туризма, широкое информирование туристов, синергетический эффект концентрации усилий туристских организаций и органов власти, наделенных полномочиями в сфере туризма будут способствовать не только увеличению туристских потоков и активизации региональных рынков, но и снижению влияния фактора сезонности в туризме.

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

- Абушенкова М.В., Смирнова М.А. Кулинарные студии как инновационный продукт для популяризации внутреннего туризма Курской области // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. № 2024. 14 (2). С. 133-148. DOI: 10.21869/2223-1552-2024-14-2-133-148.
- Борисов Д. А., Голубченко И. В. Привлекательность регионов Португалии для гастрономического туризма: особенности, оценка, районирование // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. 2023. Т. 9. № 1. С. 3-16.
- Вишневская Е.В., Богомазова И.В. Роль событийно-гастрономического туризма в повышении эффективности региональной экономики // Сервис в России и за рубежом. 2017. Т. 11. № 7 (77). С. 99-112. DOI: 10.22412/1995-042X-11-7-9.
- Гастрономический туризм в Липецкой области // ПОЗИТИВ СИТИ. 2018. URL: <https://www.positivcity.ru/stati/pitanie/gastronomicheskiy-turizm/gastronomicheskiy-turizm-v-lipetskoy-oblasti/> (дата обращения 25.11.2024).
- Генералова А.А. Особенности спроса на гастрономический туризм // Экономическая среда. 2018. № 3 (25). С. 81-85.
- Горошко Н.В., Пацала С.В. Гастрономический бренд как инструмент развития регионального гастрономического туризма // Вестник Пермского национального исследовательского политехнического университета. Социально-экономические науки. 2022. № 4. С. 377-400. DOI: 10.15593/2224-9354/2022.4.25.
- Комкова А.А., Пономарева И.Ю. Гастрономический туризм: музейная практика Тульской области // Тенденции развития туризма и гостеприимства в России. Материалы студенческой научно-практической конференции. Под ред. С.В. Дусенко, Н.В. Косаревой. 2018б. С. 179-184.
- Комкова А.А., Пономарева И.Ю. Праздники вкуса: гастрономические фестивали Тульской области // Российские регионы: взгляд в будущее. 2018а. Т. 5. № 2. С. 81-90.
- Лагусев Ю.М., Балынин К.А. Гастрономические бренды как средства продвижения дестинаций // Сервис Plus. 2016. №2. С. 9-16. DOI: 10.12737/19453.
- Мартьянова Е.Г., Чеснова Е.Н. Гастрономический туризм как перспективное направление культурно-познавательного туризма Тульского региона // Гуманитарное и социально-научное знание: теоретические исследования и практические разработки. Сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. 2019. С. 240-248.
- Мерцалова С.Л., Цыбакова О.В. Гастрономический туризм как приоритетное направление развития внутреннего туризма в России // Вестник ОрелГИЭТ. 2021. № 3 (57). С. 10-14. <http://dx.doi.org/10.36683/2076-5347-2021-3-57-10-14>.
- Национальная ассоциация гастрономического туризма России // Официальный сайт Национальной ассоциации гастрономического туризма России. 2024. URL: <https://artr.pf> (дата обращения 25.11.2024).
- Пир во время пандемии. В России набирают популярность гастрономические туры // Ассоциация туроператоров. 2021. URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/54012.html> (дата обращения 25.11.2024).
- Почему в России растет популярность гастрономических туров // РБК. 2023. URL: <https://www.rbc.ru/industries/news/651fc16d9a79476386445645> (дата обращения 25.11.2024).
- Путин назвал развитие внутреннего туризма одним из приоритетов долгосрочной стратегии // INTERFAX. 2024. URL: <https://www.interfax.ru/russia/965671> (дата обращения 25.11.2024).
- РСТ отметил вклад гастрономического туризма в рост спроса на поездки в регионы // INTERFAX. 2023. URL: <https://www.interfax.ru/russia/917642> (дата обращения 25.11.2024).
- Субботина Т.Н. Формирование туристского кластера в регионе // Дневник науки. 2023. № 10 (82): 43.
- Чернышенко рассказал о ситуации с внутренним туризмом в России // RIA news. 2024. URL: <https://ria.ru/20241125/chernyshenko-1985605762.html> (дата обращения 25.11.2024).

Arcana, I.N. and Mahadewi, N.M.E. (2019), "Factors that affect tourists' satisfaction towards traditional balinese cuisine at Ubud Bali as gastro tourism destination", *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11, pp. 349-359.

Dancausa Millarn, M.G., Millarn Varzquez de la Torre, M.G. and Hernandez Rojas, R. (2021), "Analysis of the demand for gastronomic tourism in Andalusia (Spain)", *PLoS ONE*, 16 (2), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246377>.

Jonson, A.P. and Masa, J.R. (2023), "Gastronomicscape: Determinants Gastronomic Tourism Experience and Loyalty", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 12 (3), pp. 1127-1144. DOI:10.46222/ajhtl.19770720.421.

Strelnikova, M.A. (2021), "Culinary tourism product of Lipetsk region", *Service and Tourism: Current Challenges*, 15 (4), pp. 107-114. DOI: 10.24412/1995-0411-2021-4-107-114.

Thongkaw, B., Kongbuamai, N., Chinnakum, W. and Chaiboonsri, C. (2024), "The Impact of Gastronomic Tourism on the Regional Economy of Thailand: Examined by the Dynamic I-O model after the Decline of COVID-19", *Economies*, 12 (7): 180. DOI: 10.3390/economies12070180.

References

A feast during the pandemic. Gastronomic tours are gaining popularity in Russia (2021), *Association of Tour Operators* [Online], available at: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/54012.html> (Accessed 25 November 2024).

Abushenkova, M.V. and, Smirnova, M.A. (2024), "Culinary studios as an innovative product for the popularization of domestic tourism in the Kursk region", *Proceedings of the Southwestern State University. Series: Economics. Sociology. Management*, 14 (2), pp.133-148.

Arcana, I.N. and Mahadewi, N.M.E. (2019), "Factors that affect tourists' satisfaction towards traditional balinese cuisine at Ubud Bali as gastro tourism destination", *Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems*, 11, pp. 349-359.

Borisov, D.A. and Golubchenko, I.V. (2023), "Attractiveness of Portuguese regions for gastronomic tourism: features, assessment, zoning", *Scientific notes of the V.I. Vernadsky Crimean Federal University. Geography. Geology*, 9 (1), pp. 3-16.

Chernyshenko spoke about the situation with domestic tourism in Russia, *RIA news*, (2024) [Online], available at: <https://ria.ru/20241125/chernyshenko-1985605762.html> (Accessed 25 November 2024).

Dancausa Millarn, M.G., Millarn Varzquez de la Torre, M.G. and Hernandez Rojas, R. (2021), "Analysis of the demand for gastronomic tourism in Andalusia (Spain)", *PLoS ONE*, 16(2), <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0246377>.

Gastronomic tourism in the Lipetsk region, *Positive city* (2018) [Online], available at: <https://www.positivcity.ru/stati/pitanie/gastronomicheskiy-turizm/gastronomicheskiy-turizm-v-lipetskoy-oblasti/> (Accessed 25 November 2024).

Generalova, A.A. (2018), "Peculiarities of demand for gastronomic tourism", *The economic environment*, 3 (25), pp. 81-85.

Goroshko, N.V. and Patsala, S.V. (2022), "Gastronomic brand as a tool for the development of regional gastronomic tourism", *Bulletin of the Perm National Research Polytechnic University. Socio-economic sciences*, 4, pp. 377-400. DOI: 10.15593/2224-9354/2022.4.25.

Jonson, A.P. and Masa, J.R. (2023), "Gastronomicscape: Determinants Gastronomic Tourism Experience and Loyalty", *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 12(3), pp. 1127-1144.

Komkova, A.A. and Ponomareva, I.Y. (2018a), "Holidays of taste: gastronomic festivals of the Tula region", *Russian regions: a look into the future*, 5 (2), pp. 81-90.

Komkova, A.A. and Ponomareva, I.Y. (2018b), "Gastronomic tourism: museum practice of the Tula region", *Proceedings of the student scientific and practical conference "Trends in the development of tourism and hospitality in Russia"*, Russia, pp.179-184.

Lagusev Yu.M. and Balynin K.A. (2016), "Gastronomic brands as a means of promoting destinations", *Service Plus*, 2, pp. 9-16, DOI: 10.12737/19453.

Martianova, E.G. and Chernova, E.N. (2019), "Gastronomic tourism as a promising direction of cultural and educational tourism in the Tula region", *Proc. of the International Scientific and Practical Conference "Humanitarian and socio-scientific knowledge: theoretical research and practical developments"*, pp. 240-248.

Mertsalova, S.L. and Tsybakova, O.V. (2021), "Gastronomic tourism as a priority area for the development of domestic tourism in

Russia”, *OrelSIET Bulletin*, 3 (57), pp. 10-14.

National Association of Gastronomic Tourism of Russia, *Official website of the National Association of Gastronomic Tourism of Russia*, (2024) [Online], available at: <https://artp.pf/> (Accessed 25 November 2024).

Putin called the development of domestic tourism one of the priorities of the long-term strategy, *INTERFAX*, (2024) [Online], available at: <https://www.interfax.ru/russia/965671> (Accessed 25 November 2024).

Strelnikova, M.A. (2021), “Culinary tourism product of Lipetsk region”, *Service and Tourism: Current Challenges*, 15 (4), pp. 107-114.

Subbotina, T.N. (2023), “Formation of a tourist cluster in the region”, *The diary of Science*, 10 (82): 43.

The RST noted the contribution of gastrourism to the growth of demand for trips to the regions, *INTERFAX*, (2023) [Online], available at: <https://www.interfax.ru/russia/917642> (Accessed 25 November 2024).

Thongkaw, B., Kongbuamai, N., Chinnakum, W. and Chaiboonsri, C. (2024), “The Impact of Gastronomic Tourism on the Regional Economy of Thailand: Examined by the Dynamic I-O model after the Decline of COVID-19”, *Economies*, 12(7): 180. DOI: 10.3390/economies12070180.

Vishnevskaya, E.V. and Bogomazova, I.V. (2017), “The role of event-based gastronomic tourism in improving the efficiency of the regional economy”, *Service in Russia and abroad*, 11, 7 (77), pp. 99-112. DOI: 10.22412/1995-042X-11-7-9.

Why is the popularity of food tours growing in Russia, *RBC*, (2023) [Online], available at: <https://www.rbc.ru/industries/news/651fc16d9a79476386445645> (Accessed 25 November 2024).

Данные об авторах

Шмарков Михаил Сергеевич, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой туризма и гостиничного дела

Цёхла Светлана Юрьевна, д.э.н., профессор, заведующий кафедрой менеджмента предпринимательской деятельности

Шмаркова Лариса Ивановна, к.ф.-м.н., доцент кафедры математики и информационных технологий; доцент кафедры туризма и гостиничного дела

Казакова Марина Вячеславовна, магистрант 2 курса кафедры туризма и гостиничного дела

Information about the authors

Mikhail S. Shmarkov, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Tourism and Hotel Management

Svetlana Y. Tsyokhla, Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Department of Business Management

Larisa I. Shmarkova, Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Mathematics and Information Technology; Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Management

Marina V. Kazakova, 2nd year Master's Degree Student of Department of Tourism and Hotel Management

**ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНОСТИ И КАЧЕСТВА
В СЕРВИСНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
PROBLEMS OF EFFICIENCY AND QUALY IN SERVICE ACTIVITIES**

Оригинальная статья
Original article

УДК 338.001.36

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-6

Головнин Р. С.

**Сравнительная характеристика вариантов расчёта
структуры электросетевого рынка Кировской области**

Вятский государственный университет,
ул. Московская, 36, Киров 610000 Россия
e-mail: ruslan1463@mail.ru

ORCID 0009-0001-9223-0430

*Статья поступила 04 октября 2024 г.; принята 28 октября 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. Целью работы являлся поиск наиболее точного и приемлемого по трудозатратам способа расчёта структуры рынка электросетевой отрасли на основе данных из открытых источников. Для её выполнения автором была сформулирована сущность решаемой проблемы, доказана её актуальность и научная значимость. Определена на основе имеющихся теоретических материалов сущность понятия «структура рынка» и приведены способы её расчёта. Предложены наиболее обоснованные и доступные способы определения структуры электросетевого рынка, применимые на основе данных из открытых источников. Рассчитана предложенными способами структура электросетевого рынка Кировской области, а также сопоставлены полученные результаты с реальным положением на рынке. Основными методологическими инструментами выступили анализ и синтез, с помощью которых были сформулированы способы по расчёту рыночной структуры электросетевого рынка, и сравнение, способствующее сопоставлению результатов предлагаемых вариантов между собой и с реальным положением. В рамках работы были проанализированы основные методы оценки рыночной структуры применительно к электросетевому рынку с точки зрения их точности, простоты использования и возможности по сбору исходных данных. Описаны преимущества и недостатки каждого из них и даны рекомендации по их использованию на практике. В результате из четырёх методов определения структуры рынка для электросетевого комплекса оказались подходящими лишь два: на основе денежных показателей и на основе необходимой валовой выручки (НВВ). При этом первый подходит как основной только в случае обеспечения полного объёма исходных данных или же в качестве вспомогательного способа, подтверждающего результаты другого. Второй способ обладает наибольшей исследовательской ценностью, поскольку

совмещает в себе простоту использования, высокую точность и лёгкость в поиске статистического материала.

Ключевые слова: электросетевой комплекс; структура рынка; выручка от передачи электроэнергии; необходимая валовая выручка; интенсивность потребления; услуги по передаче электроэнергии; натуральные показатели; денежные показатели

Для цитирования: Головнин Р. С. Сравнительная характеристика вариантов расчёта структуры электросетевого рынка Кировской области // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 84-95. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-6

UDC 338.001.36

Ruslan S. Golovnin

**Comparative characteristics of calculation options
for the structure of the electric grid market of the Kirov region**

Vyatka State University,
36 Moskovskaya St., Kirov 610000, Russia
e-mail: ruslan1463@mail.ru

ORCID 0009-0001-9223-0430

Abstract. The aim of the work was to find the most accurate and labour-efficient way of calculating the structure of the market of the electricity network industry on the basis of data from open sources. To achieve this goal, the author formulated the essence of the problem to be solved, proved its relevance and scientific significance. The essence of the concept of “market structure” is defined on the basis of available theoretical materials, and methods of its calculation are given. The most reasonable and accessible ways of determining the structure of the electricity network market, applicable on the basis of data from open sources, are proposed. The structure of the electricity network market of the Kirov region is calculated using the proposed methods, and the results obtained are compared with the real situation on the market. The main methodological tools were analysis and synthesis, which were used to formulate methods for calculating the market structure of the electricity network market, and comparison, which allowed to compare the results of the proposed options with each other and with the real situation. As part of the work, the main methods of assessing the market structure of the electricity network market were analysed in terms of their accuracy, ease of use and ability to collect initial data. The advantages and disadvantages of each method are described and recommendations for their use in practice are given. As a result, only two of the four methods for determining the market structure were found to be suitable for the electricity network complex: the method based on monetary indicators and the method based on necessary gross revenue (NGR). At the same time, the first method is suitable as a main method only if the full volume of initial data is provided, or as an auxiliary method confirming the results of another method. The second method has the greatest research value, as it combines ease of use, high accuracy and ease of searching for statistical material.

Keywords: electric grid complex; market structure; revenue from electricity transmission; required gross revenue; intensity of consumption; electricity transmission services; natural indicators; monetary indicators

For citation: Golovnin, R. S. (2024), "Comparative characteristics of calculation options for the structure of the electric grid market of the Kirov region", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (3), pp. 84-95. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-6

Введение (Introduction).

Электросетевой рынок России представляет собой деятельность электроэнергетических организаций, главная задача которых заключается в предоставлении услуг по передаче электроэнергии по электрическим сетям (Носовский, 2014: 1). Данная отрасль экономики носит характер естественной монополии, при этом доля дочерних обществ крупнейшей распределительной компании страны по регионам присутствия колеблется в диапазоне от 63% до 91% (Годовой отчёт ПАО «Россети», 2023).

При проведении различного рода исследований в рамках рассматриваемой отрасли одной из первых задач является верная оценка предпринимательских рисков, на которые воздействуют как макро-, так и микроэкономические факторы, которые пересекаются при воздействии на предпринимательскую деятельность, многократно усиливая результаты воздействия на экономическую активность. Одним из важных внешних рыночных факторов для электросетевого комплекса можно назвать уровень монополизации, по этой причине определение структуры рынка для проведения дальнейшего отраслевого анализа представляется важной и, кроме того, необходимой задачей (Каранина, 2011: 1-2). От качества и точности её выполнения во многом зависит достоверность и научная значимость всего дальнейшего исследования.

Правильность данного высказывания подтверждается в монографии Караниной Е. В. и Караулова В. М., в которой утверждается, что для определения внутренних и внешних угроз

экономической системы, первоочередной задачей является формирование управленческо-информационной базы. В качестве же одного и ключевых этапов мониторинга безопасности экосистемы авторами выделяется поиск и сбор статистических и иных данных, необходимых для его проведения (Каранина, Караулов, 2023: 25-26).

В этой связи, поиск наиболее точного, но при этом доступного способа по определению структуры электросетевого рынка представляется весьма актуальным.

При этом далеко не все принятые в экономической науке способы расчёта рыночной доли являются реализуемыми на практике. В зависимости от отрасли и её специфики некоторые из них могут быть либо недоступны по причине недостаточности данных, либо искажать реальную ситуацию на рынке. По этой причине невозможно проводить дальнейшие исследования, не преодолев указанную узкую зону в исследовании.

Выявив и проанализировав основные способы расчёта рыночной структуры для электросетевого рынка, сравнив при этом результаты каждого с реальным положением дел, можно будет оценить их достоверность, а также наличие реальной возможности использовать конкретный способ, опираясь на имеющиеся цели исследования.

Цель исследования (The aim of the work). Целью работы является поиск наиболее точного и приемлемого по трудозатратам способа расчёта структуры рынка электросетевой отрасли на основе данных из открытых источников. Для её

выполнения автором работы поставлены следующие задачи:

1. Сформулировать сущность решаемой проблемы и доказать её актуальность и научную значимость;
2. Определить на основе имеющихся теоретических материалов сущность понятия «структура рынка» и привести способы её расчёта;
3. Предложить наиболее обоснованные и доступные способы определения структуры электросетевого рынка, применимые на основе данных из открытых источников;
4. Рассчитать предложенными способами структуру электросетевого рынка Кировской области, а также сопоставить полученные результаты с реальным положением на региональном рынке.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). Структура рынка представляет собой условия, в которых существует рыночная конкуренция между производителями. Среди них принято выделять количество и размер фирм, характер продукции, лёгкость входа на рынок и выхода из него, доступность информации (Гяургиева, Шхагапсоева, Зрумов, 2006: 2). В контексте исследования структура рынка будет рассматриваться в разрезе количества и размера фирм, то есть занимаемой каждой из них рыночной доли.

Среди базовых методов по определению структуры для любого рынка можно выделить следующие.

1. На основе натуральных показателей. В качестве ёмкости рынка используется объём проданной продукции (Атурова, 2013: 4). Для электросетевого комплекса этим показателем будет являться величина потреблённой электроэнергии на территории исследования. Для расчёта в качестве числителя используется объём продаж в натуральном выражении отдельного участника, в знаменателе общая ёмкость рынка:

$$ДР_n = \frac{ПР_{нn}}{Пэ/э} \times 100\%, \quad (1)$$

где $ДР_n$ – доля рынка n-го предприятия;
 $ПР_{нn}$ – продажи в натуральном выражении n-го предприятия;
 $Пэ/э$ – потребление электроэнергии в год исследования.

2. На основе денежных показателей. В качестве ёмкости рынка используется объём выручки (Атурова, 2013: 4). Для определения структуры рынка по передаче электроэнергии данным показателем будет выступать выручка по передаче электроэнергии, полученная всеми предприятиями комплекса на исследуемой территории. Для расчёта в качестве числителя используется выручка по передаче электроэнергии отдельного участника в денежном выражении, в знаменателе общая выручка по тому же виду деятельности:

$$ДР_n = \frac{Вп/э_n}{Пп/э} \times 100\%, \quad (2)$$

где $ДР_n$ – доля рынка n-го предприятия;
 $Вп/э_n$ – выручка по передаче электроэнергии n-го предприятия;
 $Пп/э$ – выручка по передаче электроэнергии в год исследования.

3. На основе интенсивности потребления. Данная методика также имеет название Парфитта-Коллинза. Для использования метода необходимы данные о проникновении марки, уровня эксклюзивности услуги и уровня интенсивности продаж. Первый показатель представляет собой процент покупателей, совершивших покупку хотя бы один раз от общего числа покупателей. Второй характеризует долю повторных покупок среди тех, кто приобретал товар ранее за определённый период. Третий – сравнивает среднее количество закупаемых товаров у фирмы со средним количеством в отрасли в расчёте на одного

покупателя (Григорьева, Костяков, 2017: 1-2). Формула расчёта следующая:

$$ДР_n = Ур_{пр} \times Ур_{экс} \times Ур_{инт} \times 100\%, \quad (3)$$

где $ДР_n$ – доля рынка n-го предприятия;

$Ур_{пр}$ – уровень проникновения;

$Ур_{экс}$ – уровень эксклюзивности;

$Ур_{инт}$ – уровень интенсивности.

Каждый из упомянутых методов является общепринятым и подходит для любой отрасли экономики. При этом в отдельных случаях могут существовать специфические способы определения рыночной структуры, основанные на законодательных нормах или отраслевых особенностях. Так, в электросетевом комплексе принят показатель необходимой валовой выручки (НВВ), который показывает экономически обоснованный объем финансовых средств, необходимых регулируемым электросетевым организациям для осуществления их деятельности в течение расчетного периода регулирования. (Федеральный закон № 35, 2024) Данный показатель публикуется на сайте региональной службы по тарифам (РСТ) по каждому субъекту России в разрезе территориальных сетевых организаций (ТСО). Эта величина может быть принята в качестве ёмкости рынка услуг по передаче электроэнергии. Формула расчёта доли рынка, таким образом, примет вид:

$$ДР_n = \frac{НВВ_n}{НВВ} \times 100\%, \quad (4)$$

где $ДР_n$ – доля рынка n-го предприятия;

$НВВ_n$ – необходимая валовая выручка n-го предприятия;

$НВВ$ – необходимая валовая выручка в год исследования.

Используя упомянутые ранее методики, следует последовательно рассчитать структуру рынка услуг по передаче электроэнергии на примере Кировской области. Для оценки точности результаты будут сравниваться с зафиксированной долей рынка крупнейшей компании по передаче электроэнергии в регионе в 2023 году – филиалом ПАО «Россети Центр и Приволжье» – «Кировэнерго». Исходя из годового отчёта компании, филиал в области оказывал 81,3% услуг по передаче электроэнергии (Годовой отчёт ПАО «Россети Центр и Приволжье», 2023). Кроме того, по оценкам ПАО «Россети Центр и Приволжье», доля АО «Горэлектросеть» составляет 9,0% (Приложение 3 к годовому отчёту ПАО «Россети Центр и Приволжье», 2023). Чем ближе будут полученные результаты к уровню двух крупнейших предприятий региона, чем точнее будет признан способ расчёта структуры рынка для электросетевых компаний.

Всего в Кировской области услуги по передаче электроэнергии оказывают 12 предприятий: ПАО «Россети Центр и Приволжье», АО «Горэлектросеть», ОАО «Коммунэнерго», ООО «Региональная сеть», ООО «Региональная энерго-сетевая компания», Горьковская дирекция ОАО «РЖД», ООО «РСК», АО «Оборонэнерго» филиал «Волго-Вятский», ООО «Кировские электрические сети», ООО «Восточная электрическая компания», Северная дирекция по энергообеспечению – структурное подразделение Трансэнерго – филиала ОАО «Российские железные дороги», АО «Вятское машиностроительное предприятие «Авитек».

Исходные данные для расчёта структуры электросетевого рынка представлены в таблице 1.

Таблица 1

Исходные данные для расчёта рыночной структуры

Table 1

Initial data for calculating the market structure

Организация	Объём передачи, кВт·ч	Выручка от передачи, тыс. руб.	НВВ, тыс. руб.
ПАО «Россети Центр и Приволжье»	5 509,5	11 077 304	7 630 889
АО «Горэлектросеть»	1 180,3	1 209 950	915 646
ОАО «Коммунэнерго»	813,5	1 094 374	511 305
ООО «Региональная сеть»	-	151 431	105 103
ООО «Региональная энерго-сетевая компания»	-	104 317	63 596
Горьковская дирекция ОАО «РЖД»	-	-	63 202
ООО «РСК»	-	-	36 089
АО «Оборонэнерго» филиал «Волго-Вятский»	-	-	28 803
ООО «Кировские электрические сети»	-	-	30 354
ООО «Восточная электрическая компания»	-	-	20 133
Северная дирекция по энергообеспечению – структурное подразделение Трансэнерго – филиала ОАО «Российские железные дороги»	-	-	3 987
АО «Вятское машиностроительное предприятие «Авитек»	-	-	852
Итого:	7 624,8	13 637 376	9 409 957

Главная сложность в определении структуры рынка – это поиск необходимой информации. Далеко не все предприятия публикуют исчерпывающие сведения о результатах своей деятельности на своих официальных страницах. Более того, некоторые из представленных, такие как АО «Вятское машиностроительное предприятие «Авитек», Северная дирекция по энергообеспечению – структурное подразделение Трансэнерго – филиала ОАО «Российские железные дороги», Горьковская дирекция ОАО «РЖД», имеют совершенно иную специализацию, а передачей электроэнергии занимаются лишь в рамках обслуживания своей основной деятельности. Поиск информации по данным предприятиям в той связи ещё более затруднён.

Однако два крупнейших субъекта рынка по передаче электроэнергии

Кировской области занимают 90,3% рыночной доли, а пять крупнейших предприятий занимают более 98%. По этой причине, наличие сведений по данным организациям можно считать достаточным для успешного проведения исследования.

1. Расчёт структуры рынка на основе натуральных показателей. Одним из явных недостатков данного метода является сложность поиска исходных данных. Информацию об объёме услуг по передаче электроэнергии публикуют далеко не все предприятия. В случае Кировской области, удалось найти данные по трём крупнейшим организациям, занимающимся предоставлением услуг по передаче электроэнергии.

Их совокупная доля, рассчитанная с помощью рассматриваемого способа, составляет 98,41%. В качестве общего объёма предоставленных услуг по

передаче был взят объём потреблённой электроэнергии в Кировской области в 2023 году – 7 624,8 кВт·ч (ЕМИСС, 2024). Абсолютное отклонение показателя по ПАО «Россети Центр и Приволжье» составляет 9,04 п.п. (81,30% по данным предприятия и 72,26% по методу учёта натуральных показателей). У АО «Горэлектросеть» отклонение составило 6,48 п.п. (9,00% против 15,48% соответственно) (Приложение 3 к годовому отчёту ПАО «Россети Центр и Приволжье», 2023; Баланс электроэнергии АО «Горэлектросеть», 2023; Отчёт по транспорту электроэнергии ОАО «Коммунэнерго», 2023).

Как результат, данный метод показал существенные различия между фактическими данными и расчётными. Кроме этого, большим препятствием для его использования является высокая сложность поиска информации. Из 12 представленных предприятий в регионе объём передачи удалось найти только по трём.

2. Расчёт структуры рынка на основе показателя НВВ. По данному показателю ежегодно защищаются все ТСО. От его величины зависит размер тарифов на услуги по передаче электроэнергии каждого предприятия. РСТ на регулярной основе публикует ННВ на своих ресурсах в открытом доступе. По этой причине можно найти полную информацию по всем предприятиям в одном месте.

Абсолютное отклонение значения доли рынка по ПАО «Россети Центр и Приволжье» в Кировской области составило 0,21 п.п. (81,09% по расчётным данным и 81,30% по данным предприятия). Отклонения по АО «Горэлектросеть» составило 0,73 п.п. (9,73% против 9,00% соответственно) (РСТ Кировской области, 2023).

Таким образом, метод расчёта структуры рынка по ННВ показывает довольно близкие с фактическими результаты. Ещё одним его

преимуществом является доступность исходных данных.

3. Расчёт структуры рынка на основе денежных показателей. Поиск исходных данных у данного метода также является явной проблемой. Некоторые предприятия, особенно те, для которых данный вид деятельности не является основным, не публикуют структуру своей выручки по видам деятельности. По этой причине не удаётся вычленить её объём по передаче электроэнергии. Найти достоверные данные получилось по пяти предприятиям из двенадцати. В этой связи, расчёт ёмкости рынка также затруднён.

Чтобы обойти данную проблему, можно пренебречь остальными предприятиями комплекса, если остальная их доля крайне незначительна. В данном случае, совокупная доля всех прочих предприятий на рынке будет принята в размере, рассчитанном способом с использованием НВВ, поскольку он показал достаточно точные результаты. Таким образом, 5 крупнейших предприятий электросетевого комплекса Кировской области обеспечивают 98,05% рынка.

Абсолютное отклонение значения доли рынка по ПАО «Россети Центр и Приволжье» в Кировской области составило 1,66 п.п. (79,64% по расчётным данным и 81,30% по данным предприятия). Отклонения по АО «Горэлектросеть» составило 0,30 п.п. (9,73% против 9,00% соответственно) (Приложение 1 к годовому отчёту ПАО «Россети Центр и Приволжье», 2023; Бухгалтерская отчётность АО «Горэлектросеть», 2023; Бухгалтерская отчётность ОАО «Коммунэнерго», 2023; Предложение о размере и параметрах тарифа ООО «Региональная сеть», 2024; Бухгалтерский баланс ООО «Региональная сеть», 2023).

Как итог, метод расчёта рыночной структуры на основе денежных показателей имеет довольно высокий уровень точности, что, однако, может быть нивелировано трудностями с нахождением

общего объёма выручки по передаче электроэнергии всеми ТСО исследуемой территории. Он может вполне подойти в случае, если выручка известна у всех предприятий или есть точная уверенность,

что доля рынка по неизвестным крайне незначительна и может быть опущена.

Результаты по каждому из разобранных выше методов представлены в таблице 2.

Таблица 2

**Рыночная структура электросетевого рынка Кировской области,
рассчитанная различными способами**

Table 2

**The market structure of the electric grid market of the Kirov region,
calculated in various ways**

Организация	Объём передачи, кВт·ч	Доля рынка, %	Выручка от передачи, тыс. руб.	Доля рынка, %	НБВ, тыс. руб.	Доля рынка, %
ПАО «Россети Центр и Приволжье»	5 509,5	72,26	11 077 304	79,64	7 630 889	81,09
АО «Горэлектросеть»	1 180,3	15,48	1 209 950	8,70	915 646	9,73
ОАО «Коммунэнерго»	813,5	10,67	1 094 374	7,87	511 305	5,43
ООО «Региональная сеть»	-	1,59	151 431	1,09	105 103	1,12
ООО «Региональная энерго-сетевая компания»	-		104 317	0,75	63 596	0,68
Горьковская дирекция ОАО «РЖД»	-		-	1,95	63 202	0,67
ООО «РСК»	-		-		36 089	0,38
АО «Оборонэнерго» филиал «Волго-Вятский»	-		-		28 803	0,31
ООО «Кировские электрические сети»	-		-		30 354	0,32
ООО «Восточная электрическая компания»	-		-		20 133	0,21
Северная дирекция по энергообеспечению – структурное подразделение Трансэнерго – филиала ОАО «Российские железные дороги»	-		-		3 987	0,04
АО «Вятское машиностроительное предприятие «Авитек»	-		-		852	0,01
Итого:	7 624,8	100,00	13 637 376	100,00	9 409 957	100,00

4. Расчёт структуры рынка на основе интенсивности потребления. Исходя из особенностей используемых показателей в данном методе, а также по причине специфики деятельности электросетевого

комплекса, результаты расчёта структуры рынка по методике Парфитта-Коллинза не будут иметь смысла. Основные причины этого в следующем.

Во-первых, показатель проникновения марки крайне трудно определить. Количество покупателей может быть лишь грубо определено зоной покрытия и численностью людей, на ней проживающих. При этом на территории обслуживания есть неопределённое количество не присоединённых к системе распределения электроэнергии жителей. Определить их количество по открытым источникам практически невозможно. Кроме того, в структуре потребителей свою нишу занимают и юридические лица, которых нельзя смешивать с физическими лицами.

Во-вторых, показатель эксклюзивности марки в контексте отрасли вообще не имеет смысла. Зоны покрытия ТСО достаточно статичны. Изменяться они могут, чаще всего, лишь по причине консолидации компаний. Потребитель не имеет возможности выбирать, к какому предприятию обратиться за предоставлением услуг по передаче электроэнергии. Всё определяется исключительно местом расположения. По этой причине, уровень эксклюзивности будет практически всегда равен единице.

В-третьих, уровень интенсивности трудно определим по той же причине, что и показатель проникновения марки. Узнать средний объём оказываемых услуг в расчёте на одного потребителя сложно по причине невозможности точного определения количества последних.

Таким образом, расчёт структуры рынка на основе метода интенсивности потребления для электросетевого рынка не реализуем на практике, а при попытке его использования будет давать некорректные результаты.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Основную цель исследования, которая была сформулирована как поиск наиболее точного и приемлемого по трудозатратам способа расчёта структуры рынка электросетевой отрасли на основе данных из открытых источников, можно считать выполненной.

Было проанализировано 3 общеизвестных, а также один специфический способ расчёта отраслевой структуры. Итоговые результаты исследования представлены в таблице 3.

Таблица 3

Сравнительный анализ способов расчёта отраслевой структуры электросетевого рынка

Table 3

Comparative analysis of methods for calculating the sectoral structure of the electric grid market

Метод	Точность расчёта, %	Доступность данных	Сложность расчёта	Целесообразность использования
На основе натуральных показателей	71,88	Низкая	Низкая	Низкая
На основе денежных показателей	97,43	Средняя	Низкая	Средняя
На основе интенсивности потребления	-	Низкая	Средняя	Низкая
На основе НВВ	96,29	Высокая	Низкая	Высокая

С точки зрения точности расчёта лучше всего себя показали методы на основе НВВ и денежных показателей. Процент точности у них составил 96,29% и 97,43% соответственно. В этом аспекте их

можно использовать с равной уверенностью. Метод на базе натуральных показателей выдал точность 71,88%, что является недостаточным уровнем для проведения качественных исследований на

его основе. Методика Парфитта-Коллинза вообще не подходит для точного определения структуры рынка.

С точки зрения доступности данных низкие значения показали методы на основе натуральных показателей и интенсивности потребления. Переменные, необходимые для их расчёта, крайне трудно найти в открытых источниках. Оценка структуры рынка на основе денежных показателей также имеет проблемы с собираемостью данных, в этой связи она подходит как основная только в случае, если есть возможность достоверно определить выручку от передачи электроэнергии всеми субъектами рынка. В иных случаях методика может быть применена лишь как вспомогательная. Метод на основе НВВ обладает, в сравнении с остальными, явным преимуществом, поскольку позволяет найти весь объём данных в одном месте.

С точки зрения сложности расчёта, все методы, кроме Парфитта-Коллинза, имеют низкий его уровень. Сложность последнего может быть охарактеризована как средняя.

Заключение (Conclusions). Таким образом, можно исключить из применимых методов определения рыночной структуры электросетевого рынка методы на основе натуральных показателей, а также на основе интенсивности потребления. Ситуативно, при соблюдении ряда обстоятельств, можно использовать способ, основанный на денежных показателях. Метод на основе НВВ зарекомендовал себя наилучшим образом. Он имеет высокую точность и доступность данных, а алгоритм его расчёта не представляет никаких трудностей.

Результаты данного исследования будут полезны, в первую очередь, студентам высших учебных заведений и учёным, которые занимаются исследованиями электросетевого рынка и нуждаются в достоверной оценке его рыночной структуры.

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

Conflicts of Interest: The author has no conflict of interest to declare.

Список литературы

Федеральный закон от 26.03.2003 N 35-ФЗ (ред. от 08.08.2024) «Об электроэнергетике» // КонсультантПлюс, М. 1997-2024. URL:

https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41502/ (дата обращения: 29.08.2024).

Атурова А. А. Методы расчета долей рынка ключевых компаний на рынке светопрозрачных конструкций // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2013. № 1. С. 156-161. EDN RLFPKV.

Баланс электрической энергии в сетях АО «Горэлектросеть» за 2023 год. URL: <https://geskirov.ru/upload/iblock/6c6/8b8bmghkj32c9ywfef438bxaiggrveced/Balans-2023.pdf> (дата обращения: 04.09.2024).

Бухгалтерская отчётность. АО «Горэлектросеть». М. 2004-2024. URL: <https://geskirov.ru/information/bukhgalterskaya-otchetnost/> (дата обращения: 04.09.2024).

Бухгалтерский баланс на 31 декабря 2023 года. ООО «Региональная Энерго-сетевая компания». URL: <https://рэск-43.пф/media/12%20a/Бух.баланс%20РЭСК%202023.pdf> (дата обращения: 04.09.2024).

Годовой отчёт ПАО «Россети» за 2023 год. URL: https://www.rosseti.ru/upload/iblock/a82/78izowc8ubpcf62nbsaanq21p70odv77/AR2023_RUS_book_26_06_itogo.pdf (дата обращения: 26.08.2024).

Годовой отчёт ПАО «Россети Центр и Приволжье» за 2023 год. URL: https://mrsk-cp.ru/upload/iblock/226/226b9cac83905343959cb_d2032746976.pdf (дата обращения: 29.08.2024).

Григорьева Е. В. Расчёт доли рынка при регулярных пассажирских перевозках / Е. В. Григорьева, А. Н. Костяков // Кулагинские чтения: техника и технологии производственных процессов: Сборник статей, Чита, 27–30 ноября 2017 года. Том 1. Часть 3. Чита: Забайкальский государственный университет, 2017. С. 118-123. EDN YMZZJU\$.

Гяургиева З. Р., Шхагапсоева Л. Х., Зрусов Л. Х. Сущность и особенности

формирования рыночных структур // Экономический вестник Ростовского государственного университета. 2006. № 4. С. 71-74. EDN QAOGNP.

Интегрированный годовой отчёт – Приложение 1. Бухгалтерская (финансовая) отчётность за 2023 год по РСБУ и аудиторской заключение. ПАО «Россети Центр и Приволжье». URL: <https://mrsk-cp.ru/upload/iblock/345/34502d4d95b2267f60070536775d7dfb.pdf> (дата обращения: 04.09.2024).

Интегрированный годовой отчёт – Приложение 3. Дополнительная информация по отдельным производственным и финансовым показателям. ПАО «Россети Центр и Приволжье». URL: <https://mrsk-cp.ru/upload/iblock/dae/dae81080219926120cce53dc39a8fa4b.pdf> (дата обращения: 03.09.2024).

Каранина Е. В., Караулов В. М. Безопасность и устойчивость экосистемы региона: методы и цифровые модели резилент-диагностики: монография. М.: Издательский дом «НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА», 2023. – 340 с.

Каранина Е. В. Риск-система предпринимательства: концептуальные основы формирования и оценки с учетом регионально-отраслевых факторов // Власть. 2011. № 5. С. 28-33. EDN NUDQDJ.

Носовский А. П. Услуги сетевых электроэнергетических компаний // Экономика и управление: анализ тенденций и перспектив развития. 2014. № 13. С. 271-279. EDN SFCGDZ.

Отчёт по транспорту электроэнергии за 2023 год ОАО «Коммунэнерго». URL: https://коммунэнерго.рф/media/Documents/Document/2024-02-29/otchet-po-transportu-elektroenergii-za-2023-god_1.pdf (дата обращения: 04.09.2024).

Потребление электроэнергии в Российской Федерации. ЕМИСС Государственная статистика. М. 2024. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/43277> (дата обращения: 04.09.2024).

Пояснения к бухгалтерскому балансу и отчёту о финансовых результатах ОАО «Коммунэнерго», включая основные положения учётной политики за 2023 год. URL: https://коммунэнерго.рф/media/Documents/Document/2024-03-25/poyasneniya-k-buhgalterskomu-balansu-i-otchetu-o-finansovyh-rezultatah_1.pdf (дата обращения: 04.09.2024).

Предложение о размере цен (тарифов), долгосрочных параметров регулирования (вид цены (тарифа) на 2024 год (расчётный период регулирования) ООО «Региональная сеть». URL: <https://elgroup-kirov.ru/images/Предложение2024.pdf?ysclid=m0m40y3py5835614292> (дата обращения: 04.09.2024).

Решение 45/75-ээ-2024 от 20.12.2023. О внесении изменений в решение правления региональной службы по тарифам Кировской области от 28.11.2022 № 46/43-ээ-2022. Региональная служба по тарифам Кировской области. М. 2024. URL: <https://rstkirov.ru/documents/resheniya/resheniya-za-2023-god/17783/> (дата обращения: 04.09.2024).

References

Accounting statements Gorelektroset JSC [Online], available at: <https://geskirov.ru/information/bukhgalterskaya-otchetnost> (Accessed 04 September 2024).

Annual report of PJSC Rosseti Center and the Volga Region for 2023 [Online], available at: <https://mrsk-cp.ru/upload/iblock/226/226b9cac83905343959cbd2032746976.pdf> (Accessed 29 August 2024).

Annual report of PJSC ROSSETI for 2023 [Online], available at: https://www.rosseti.ru/upload/iblock/a82/78izowc8ubpcf62nbsaanq21p70odv77/AR2023_RUS_book_26_06_itogo.pdf (Accessed 26 August 2024).

Aturova, A. A. (2013), “Methods for calculating the market shares of key companies in the market of translucent structures”, *Infrastructure sectors of the economy: problems and prospects of development*, 1, pp. 156-161.

Balance sheet as of December 31, 2023 Regional Energy and Grid Company LLC [Online], available at: <https://рэск-43.рф/media/12%20a/Бух.баланс%20РЭС%202023.pdf> (Accessed 04 September 2024).

Decision 45/75-ее-2024 of 12/20/2023. On amendments to the decision of the Board of the Regional Tariff Service of the Kirov region dated 11/28/2022 №. 46/43-ее-2022 [Online], available at: <https://rstkirov.ru/documents/resheniya/resheniya-za-2023-god/17783/> (Accessed 04 September 2024).

Electricity consumption in the Russian Federation [Online], available at:

<https://www.fedstat.ru/indicator/43277> (Accessed 04 September 2024).

Explanations to the balance sheet and the report on financial results of JSC «Communenergo», including the main provisions of accounting policy for 2023 [Online], available at:

https://коммунэнерго.пф/media/Documents/Document/2024-03-25/poyasneniya-k-buhgalterskomu-balansu-i-otchetu-o-finansovyh-rezultatah_1.pdf (Accessed 03 September 2024).

Federal Law №. 35-FZ dated 03/26/2003 (as amended on 08.08.2024) «On Electric Power Industry» [Online], available at: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_41502/ (Accessed 29 August 2024).

Grigorieva, E. V. and Kostyakov A. N. (2017), “Calculation of market share in scheduled passenger services”, *Kulaginsky readings: technique and technology of production processes, Collection of articles*, 3, pp. 118-123.

Gyaurgieva, Z. R., Shkhagapsoev, Z. R. and Zrumov, L. H. (2006), “The essence and features of the formation of market structures”, *Economic Bulletin of Rostov State University*, 4, pp. 71-74.

Integrated Annual Report – Appendix 1. Accounting (financial) statements for 2023 according to RAS and audit opinion PJSC Rosseti Center and Volga Region [Online], available at: <https://mrsk-cp.ru/upload/iblock/345/34502d4d95b2267f60070536775d7dfb.pdf> (Accessed 04 September 2024).

Integrated Annual Report – Appendix 3. Additional information on selected production and financial indicators PJSC Rosseti Center and Volga Region [Online], available at: <https://mrsk-cp.ru/upload/iblock/dae/dae81080219926120cce53dc39a8fa4b.pdf> (Accessed 03 September 2024).

Karanina, E. V. and Karaulov, V. M. (2023), *Safety and stability of the ecosystem of the*

region: methods and digital models of resistance diagnostics, monograph, Publishing House «SCIENTIFIC LIBRARY», Moscow, Russia.

Karanina, E. V. (2011), “Risk-entrepreneurship system: conceptual foundations of formation and assessment taking into account regional and sectoral factors”, *Power*, 5, pp. 28-33.

Nosovsky, A. P. (2014), “Services of grid electric power companies”, *Economics and management: analysis of trends and development prospects*, 13, pp. 271-279.

Proposal on the amount of prices (tariffs), long-term regulation parameters (type of price (tariff) for 2024 (estimated period of regulation) Regional Network LLC [Online], available at: <https://elgroup-kirov.ru/images/Предложение2024.pdf?ysclid=mm40y3py5835614292> (Accessed 04 September 2024).

The balance of electric energy in the networks of JSC Gorelektroset for 2023 [Online], available at: <https://geskirov.ru/upload/iblock/6c6/8b8bmghkj32c9ywf438bxaiggrveced/Balans-2023.pdf> (Accessed 04 September 2024).

The report on the transport of electricity for 2023 of JSC «Kommunenergo» [Online], available at: https://коммунэнерго.пф/media/Documents/Document/2024-02-29/otchet-po-transportu-elektroenergii-za-2023-god_1.pdf (Accessed 04 September 2024).

Информация об авторе:

Головнин Руслан Сергеевич, аспирант факультета экономики и финансов, кафедры финансов и экономической безопасности

Information about the author:

Ruslan S. Golovnin, Postgraduate Student of the Faculty of Economics and Finance, Department of Finance and Economic Security

Оригинальная статья
Original article

УДК 339.138

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-7

Цой М. Е.¹
Тринеев А. Ю.²
Шилинговский Д. Е.³
Усков Д. Н.⁴

Использование карты CJM в целях исследования этапов
процессов принятия решения в сфере службы доставки

Новосибирский государственный технический университет,
просп. Карла Маркса, 20, Новосибирск 630073, Россия

¹e-mail: tsoy@corp.nstu.ru

²e-mail: andrey.trineev.01@mail.ru

³e-mail: den.memos@yandex.ru

⁴e-mail: dmitriiuskov_2001@mail.ru

¹ORCID: 0000-0002-5076-5189

²ORCID: 0009-0007-2882-8773

³ORCID: 0009-0004-8985-1641

⁴ORCID: 0009-0008-0333-6155

*Статья поступила 24 октября 2024 г.; принята 02 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.*

Аннотация. В условиях постоянно меняющегося и высоко конкурентного рынка доставки товаров организациям достаточно трудно понимать и прогнозировать запросы и потребности клиентов. Из-за конкуренции между различными курьерскими службами доставки важность понимания механизмов, влияющих на выбор потребителя, становится актуальной и жизненно необходимой для успеха бизнеса. Исследование состоит из определения ключевых факторов, которые влияют на все этапы процесса принятия решения о покупке. В качестве метода исследования нами выбрано глубинное интервью. Данное исследование направлено на изучение потребительского опыта и того, чем руководствуется клиент службы доставки при принятии решения о выборе компании. Результаты исследования представляют практические рекомендации для участников рынка доставки товаров, позволяя им улучшить свой сервис и повысить лояльное отношение к бренду. Также были построены карты CJM, которые позволили глубже изучить мотивы, цели, действия и барьеры, возникающие у клиента на каждом из этапов. Исследование покупательских мотивов позволит каждой службе доставки определить самые эффективные инструменты для продвижения своих услуг и улучшения сервиса. Выявив факторы, которые негативно влияют на отношение потребителей к торговой марке, маркетологи смогут расставить акценты в своей стратегии для достижения максимального успеха.

Ключевые слова: маркетинг; CJM; поведение потребителей; процесс принятия решения; потребительский опыт; психология покупки

Для цитирования: Цой М. Е., Тринеев А. Ю., Шилинговский Д. Е., Усков Д. Н. Использование карты CJM в целях исследования этапов процессов принятия решения в сфере службы доставки // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 96-109. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-7

UDC 339.138

Marina E. Tsoy¹
Andrey Yu. Trineev²
Denis E. Shillingovsky³
Dmitry N. Uskov⁴

CJM maps in investigation of the stages
of decision-making processes in delivery service

Novosibirsk State Technical University,
20 Karl Marx Ave., Novosibirsk 630073, Russia

¹e-mail: tsoy@corp.nstu.ru

²e-mail: andrey.trineev.01@mail.ru

³e-mail: den.memos@yandex.ru

⁴e-mail: dmitriiuskov_2001@mail.ru

¹ORCID: 0000-0002-5076-5189

²ORCID: 0009-0007-2882-8773

³ORCID: 0009-0004-8985-1641

⁴ORCID: 0009-0008-0333-6155

Abstract. In the context of an ever-changing and highly competitive goods delivery market, it is challenging for businesses to comprehend and anticipate customer requests and needs. In light of the intense competition between various courier delivery services, it becomes crucial for businesses to gain a deep understanding of the factors that shape consumer preferences and choices. The objective of the study is to identify the principal factors that exert an influence on all stages of the purchase decision-making process. The research method employed was that of the in-depth interview. The objective of this study is to examine the consumer experience and the factors that influence customers' decisions when selecting a delivery service. The findings of the study offer practical recommendations for stakeholders in the goods delivery market, enabling them to enhance their service quality and foster brand loyalty. Furthermore, CJM maps were constructed, enabling a more profound examination of the motives, objectives, actions and impediments encountered by the client at each stage. The investigation of customer motives will facilitate the identification of the most efficacious promotional tools for each delivery service and the enhancement of service quality. By discerning the factors that negatively influence consumer attitudes towards the brand, marketers will be able to prioritise their strategy to achieve optimal success.

Keywords: CJM; consumer behavior; decision-making process; consumer experience; psychology of purchase

For citation: Tsoy, M. E., Trineev, A. Yu., Shillingovsky, D. E., Uskov, D. N. (2024), "CJM maps in investigation of the stages of decision-making processes in delivery service", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 96-109. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-7

Введение (Introduction). В современном мире поведение потребителей и факторы, влияющие на процесс принятия решений о покупке, приобретают особенную важность и во многом формируют маркетинговую политику компаний.

Согласно Филиппу Котлеру, поведение потребителей определяется как «процесс выбора, приобретения, использования и ликвидации товаров, услуг, идей или впечатлений отдельными покупателями, группами и организациями для удовлетворения своих нужд и желаний» (Котлер, 2015). Именно поэтому одним из источников анализа рынка, целевой аудитории и целевых сегментов является изучение поведения потребителей.

Данное понятие включает в себя следующее:

- потребительская психология. Изучение эмоций, предпочтений, желаний и мотивации потребителей;
- социальное окружение. Влияние друзей, семьи, культурных норм и социальных групп;
- влияние экономики. Различные экономические условия, такие как: уровень дохода, количество товара и уровень цен на рынке;
- процесс принятия решения. Через какие этапы проходит потребитель и как они влияют на его решение о покупке (Котлер, 2015).

В изучении поведения клиента на рынке важную роль играет исследование процесса принятия решения о покупке. Этот процесс включает в себя несколько этапов, каждый из которых характеризует себя определенными признаками, которые будут рассмотрены далее.

Существуют разные подходы к изучению процесса принятия решений о покупке, но классическая модель включает в себя пять следующих этапов (Ростовцева, 2002):

- 1) осмысление;
- 2) поиск информации;

- 3) оценка вариантов;
- 4) решение о покупке;
- 5) реакция на покупку.

Анализ потребительского опыта остается одним из важных аспектов в процессе формирования стратегии по улучшению продукта компании (Манн, Турусин, 2015). Нельзя выделить какой-то из этапов, как самый важный и наиболее значимый. Изучение мыслей, целей и мотивов потребителя на каждом этапе позволит маркетологу понять, какие изменения необходимо сделать в продуктовой стратегии или в стратегии продвижения. Каждый этап важен сам по себе, но нельзя делать выводы, опираясь на анализ одного из этапов отдельно, необходимо смотреть на весь процесс в целом.

В качестве **цели исследования (The aim of the work)** рассматривается выявление барьеров и потребностей клиентов для улучшения его потребительского опыта и более успешного взаимодействия в точках касания на примере крупной компании, работающей на рынке доставки товаров. Предмет исследования можно описать как изучение покупательского поведения клиентов крупной компании, осуществляющей услуги по курьерской доставке, путем анализа процесса принятия решения о покупке.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). Методы исследования, использованные в работе, включают глубинное интервью. В качестве материалов исследования использованы труды ведущих российских и зарубежных авторов, изучавших поведение потребителей и процессы принятия решений о покупке. В данном исследовании изучается опыт потребителей, которые заказывали услуги междугородней доставки у крупной курьерской службы.

Важно понимать, как клиент принимает решение о том, совершать покупку или же нет. Для этого была

построена карта пути потребителя – Customer Journey Map (CJM). Карта CJM – это инструмент, визуализирующий путь потребителя на всем процессе принятия решения о покупке, от осознания потребности – до совершения покупки и рекомендации своей семье, знакомым или референтной группе (Балахнин, 2021).

Для построения карты CJM помимо изучения вторичной информации (отзывы клиентов, беседы с продавцами и экспертами, отслеживание Яндекс метрики и показателей посещаемости сайта и т.д.) необходимо получение первичной информации. Одним из лучших методов для этих целей служит глубинное интервью (Чулыгин, 2001).

Для реализации поставленной цели были выделены следующие этапы исследования:

1. Формирование гипотез для выявления факторов, влияющих на поведение потребителей на всех этапах процесса покупки;
2. Разработка сценария для глубинного интервью;
3. Проведение глубинного интервью с клиентами компании;
4. Анализ результатов интервью и построение карты пути потребителя CJM;
5. Разработка рекомендаций по улучшению сервиса доставки.

В глубинном интервью приняли участие 27 человек (14 мужчин и 13 женщин, в возрасте от 25 до 50 лет, которые за последние три месяца воспользовались услугами междугородной доставки товаров). В рамках данного исследования были поставлены гипотезы для каждого этапа процесса принятия решения о покупке потребителем. Всего было разработано 10 гипотез, но в исследовании мы представили те 5, которые были подтверждены:

1) осмысление: «Основная аудитория узнает о компании от близких / знакомых / друзей»;

2) оценка: «При выборе службы доставки главным критерием выбора для клиента является скорость доставки»;

3) сделка: «Я, как клиент, готов отказаться от компании из-за очередей в пункте выдаче заказов»;

4) сервис: «Мне, как клиенту, отправившему посылку, необходима информация о доставке (отслеживание товара в реальном времени: карта и контакты водителя), о статусе своих посылок во время их доставки»;

5) лояльность: «Я, как клиент компании, посоветую данную службу доставки своим друзьям / знакомым, если мои ожидания оправдались».

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Были проведены интервью и все 27 респондентов были опрошены в оффлайн-формате. Интервью шло в основном по сценарию, но иногда опрашиваемый несколько отходил от поставленной темы, интервьюер давал пространство для свободных размышлений и ответов.

После расшифровки всех интервью были получены следующие результаты:

1) все респонденты утверждают, что слышали о компании от знакомых. Около 40% видели упоминание данной торговой марки на различных интернет ресурсах, таких как: форумы, отзывы, социальные сети и поисковики;

2) 25 из 27 респондентов считают, что главным фактором выбора курьерской службы является скорость доставки. Также все респонденты отметили немаловажными такие факторы, как: цена, надежность и простота оформления заказа. Стоит заметить, что 2 респондента указали на то, что главным фактором для них является близкое расположение пункта выдачи заказов;

3) большинство опрашиваемых доверяют отзывам в интернет-среде (отзывики, геосервисы, форумы). 10

респондентов отметили, что доверяют не всем отзывам, так как считают их накрученными самой компанией;

4) опрашиваемые имели в целом положительный опыт во взаимодействии с персоналом компании в пункте выдачи заказа. Около 30% опрашиваемых заметили, что работники недостаточно осведомлены об условиях доставки и упаковки. Респонденты считают, что сотрудники должны профессионально справляться со своими обязанностями и быть более клиентоориентированными;

5) в целом все респонденты удовлетворены информацией о статусе заказа и работой компании. Но 13 из 27 респондентов сказали, что хотели бы видеть более точную информацию о передвижении заказа, состоянии и сохранности груза. 6 респондентов предпочли бы видеть карту, на которой видно передвижение груза;

6) 3 респондента имели негативный опыт в связи с задержкой заказа более чем на 24 часа и были не удовлетворены тем, что их не проинформировали заранее. Подавляющее большинство опрашиваемых отметило, что задержка не более чем на 48 часов никак не скажется на отношении к торговой марке;

7) все опрошенные порекомендовали бы изучаемую компанию своим друзьям, знакомым и коллегам из-за большого количества пунктов выдачи заказов, удобства оформления доставки и качества обслуживания. Также 14 из 27 опрошенных заявили, что повторно воспользовались бы услугой компании, если бы им предложили скидку на следующий заказ.

С целью наилучшего понимания критериев, которые влияют на поведение, была построена карта пути клиента (СJM), представленная в таблице. Данный инструмент позволит визуализировать все точки контакта, действия и барьеры клиента при взаимодействии с организацией. Маркетологи изучают потребительский опыт на каждом этапе, чтобы понять, какие нужно предпринять

действия для того, чтобы клиент остался удовлетворенным. CJM состоит из 5 этапов: осмысление, оценка, сделка, сервис и лояльность. Каждый этап играет важную роль в понимании того, что нужно клиенту и что мешает ему получить желаемый результат. При наличии затруднений или барьеров, с которыми потребитель может столкнуться на любом из этапов, процесс покупки серьезно усложняется, что негативно влияет на репутацию торговой марки на рынке.

Благодаря карте пути клиента CJM, каждый этап процесса принятия решения о покупке был проанализирован более глубоко и детально.

На первом этапе выяснилось, что клиенты узнали о компании через родных, друзей и знакомых. Организация имеет хорошую репутацию и вызывает чувство доверия у потребителей, благодаря чему они с радостью делятся своим опытом с ближайшим окружением. Из чего следует, что сарафанное радио – это мощный инструмент маркетинга, который позволяет повысить узнаваемость бренда и его репутацию (Мельникова, Федорова, 2019).

Согласно результатам интервью, самыми важным параметром при оценке вариантов потребителем является скорость доставки. Если доставка не приходит вовремя, то клиент, несмотря на причины, считает, что он был обманут и ему не оказали услугу, за которую он заплатил. Это серьёзным образом влияет на восприятие бренда потребителем и мало того, что он сам больше не выберет эту компанию снова, так и расскажет своим знакомым о его неудачном опыте. Поэтому компаниям из сферы доставки важно в первую очередь налаживать свой сервис и логистику. Стоимость доставки и её надёжность также важны для потребителя, хоть и в меньшей степени. Но это не значит, что их нужно отложить на второй план при разработке маркетинговой стратегии, ведь цена услуги — это конкурентное преимущество, которое выгодно выделит компанию.

Таблица

Карта CJM компании, осуществляющей услуги по доставке товаров

Table

CJM map of the delivery services company

Шаги Пользователя	Осмысление	Оценка	Сделка	Сервис	Лояльность
Действия пользователя	Осознание потребности	- поиск информации в интернете среди близких - составление критериев оценивания - оценка альтернатив	Прямое взаимодействие с сотрудниками организации (контроль процесса упаковки и загрузки посылки)	Отслеживание статуса заказа	- рекомендует своим друзьям и близким - осуществление повторного заказа - участие в системе лояльности - оставить отзыв
Цели и опыт	Понимание, в чем заключается его потребность и как ее удовлетворить	Найти наиболее оптимальный вариант, соответствующий большему количеству критериев	- убедиться в максимальной сохранности посылки - быстро и удобно оформить заказ	- получить доставку в срок - получить доставку в сохранности	- получение скидок / акций на следующий заказ - улучшить репутацию бренда
Чувства и мысли	«Хочу отправить подарок маме на день рождения в другой город»	«Эта доставка будет идти слишком долго» «Эта слишком дорогая» «Здесь очень плохие отзывы»	«Хоть бы не было очередей» «Надеюсь посылку надежно упакуют» «Какой вежливый персонал»	«Надеюсь не разобьют» «Поскорее бы доставили» «Ура, уже выехала со склада»	«Надеюсь на следующий заказ будет скидка» «Надо обязательно рассказать друзьям»
Барьеры	Непонимание процесса доставки	- наличие большого количества альтернатив - недостаточное количество информации	- большая очередь - некачественная упаковка - низкая скорость обслуживания - грубые сотрудники	- неточное отображение статуса доставки - неработающий сайт / сервис - длительная задержка доставки	- отсутствие программы лояльности - непонимание выгод программы лояльности - предоставление маленькой скидки

Подавляющее число клиентов доверяют отзывам других людей в интернет-среде. Они смотрят отзывы, специальные форумы и геосервисы, чтобы узнать опыт других людей и на его основе

сформировать своё отношение к торговой марке. Несмотря на то, что сейчас растёт количество липовых покупных отзывов, потребитель продолжает выбирать компании с большим количеством

положительных оценок или отзывов. Поэтому организация должна следить за тем, какую репутацию она имеет в интернете, работать с возражениями клиентов на геосервисах и отзывах, а также стимулировать их написать честную историю о компании, которая затронет других людей и вызовет чувство доверия.

По результатам интервью выяснилось, что клиенты в целом удовлетворены услугами компании. На пункте выдаче заказа всё оформили быстро и без лишних проблем. Менеджеры были вежливы и спокойны, несмотря на большую загруженность. Несмотря на то, что некоторые респонденты отметили отсутствие информации по волнующим их вопросам касательно упаковки и условиях доставки, очевидно, что в компании ведётся работа с персоналом по общению с клиентами и работе с возражениями.

Важный момент при работе на рынке междугородней доставки – это статус заказа. Клиент хочет знать, в каком состоянии сейчас его посылка и хочет узнать максимально подробно. Необходимо улучшать систему отслеживания статуса доставки, так как это позволит повысить удовлетворённость потребителя и повысит его доверие к компании. Если клиент видит, что компания прозрачно и честно говорит о том, где сейчас его посылка и успеет ли она прийти в срок, то он улучшает своё отношение к торговой марке. Налаживание системы отслеживания заказа позволит разгрузить службу поддержки организации и оптимизировать их работу.

Есть у клиентов и негативный опыт касательно данного этапа покупки, и это сроки доставки. Посылки задерживаются более чем на сутки, а служба поддержки ничего не может сказать кроме извинений. Это понижает отношение потребителя к торговой марке, особенно если скорость доставки является для него самым важным фактором на этапе оценки альтернатив. Если в коммуникационном сообщении компания заявляет, что у них самая

быстрая доставка или, что посылки приходят всегда в срок, а по итогу теряют посылку или задерживают без объяснения причин, то они теряют потребителя и восстановить его доверие будет очень трудно

Помимо того, что заказы задерживаются, клиенту не предоставляется информация об этом так быстро, как он хотел бы. Это только усиливает негативное восприятие бренда в сознании потребителя. Оповещения об изменениях или проблемах в статусе заказа позволяют минимизировать недовольство потребителей и увеличат уровень доверия к организации (Рудакова, 2015).

После того, как клиенту была оказана услуга по доставке его товара в другой город, он не просто доволен тем, что удовлетворили его потребность, но и готов рекомендовать компанию своим друзьям и близким. Достаточно высок уровень лояльности у клиентов компании, и поэтому эффект сарафанного радио работает на полную мощность. Хотя в то же время, клиенты неохотно хотят делиться о своем положительном клиентском опыте в интернет-среде, путем оставления положительных отзывов и оценок. Также потребители будут готовы совершить повторный заказ или стать участником программы лояльности, если им предложат скидку на следующую доставку, или некоторую привлекательную для них выгоду.

Результаты любого исследования, которое проводится компанией, должны выражаться маркетинговыми решениями, особенно если это связано с анализом клиентского опыта. По результатам проведенного исследования были составлены следующие рекомендации для улучшения сервиса компании и его работы с клиентами:

1) введение системы контроля различных параметров груза (масса, объем и прочее) с целью контроля его качества в процессе доставки. Это необходимо для

того, чтобы клиент понимал, что ему придет, и планировал свою деятельность на основе этого;

2) введение системы скидок для второго заказа и системы накопления бонусов для последующих. Скидка должна быть не менее 15%, чтобы потребитель видел реальную выгоду;

3) предложение дополнительной упаковки по желанию потребителя услуги, так как по итогам опроса один из респондентов ответил, что он был готов заплатить за дополнительную упаковку своего груза, но ее не было у компании, что негативно повлияло на качество продукции;

4) расширение интерфейса сайта с целью более детального отражения статуса и даты планируемого отправления груза. Также необходимо добавление процесса поездки, если доставка производится в данный момент, например, на автомобиле, или остановки груза, то есть наиболее точного статуса услуги. Для этого можно создать, например, интерактивную карту с отражением транспортного средства, количества пройденного пути. Это необходимо, как и было сказано ранее, для более удобного планирования клиентов работы с грузом, а также для его спокойствия;

Заключение (Conclusions). Таким образом, проведенное исследование позволило заключить, что анализ клиентского опыта является крайне важным при работе компании над улучшением сервиса. Необходимо узнать, какие существуют цели, мысли, «боли», а также проблемы у клиентов в процессе его взаимодействия с организацией.

В результате проведенного исследования потребительского опыта в сфере междугородней доставки можно сделать вывод о том, что качество обслуживания напрямую влияет на степень удовлетворенности потребителей. Если компания сможет быстро реагировать на

запросы потребителей, то это позволит ей занять первое место в сознании потребителей на фоне конкурентов.

По результатам анализа было установлено, что сроки доставки, её надежность и цена очень важны для потребителей. Они хотят получать более точную информацию о том, где находится их заказ, и в каком он состоянии. Именно поэтому курьерские службы доставки, которые используют современные и более точные технологии по отслеживанию заказов, смогут получить конкурентное преимущество.

На этапе выбора службы доставки важную роль играют отзывы. Клиенты склонны полагаться на мнение и опыт других людей, и поэтому работа с отзывами может серьезным образом повысить уровень доверия к организации.

Таким образом, исследование потребительского опыта является основой для обеспечения конкурентоспособности компании. Понимание потребностей и ожиданий клиентов позволяет компаниям подстраивать свою маркетинговую стратегию под запросы целевой аудитории, тем самым повышая качество обслуживания, и увеличивать количество лояльных потребителей. Это, в свою очередь, повышает репутацию бренда компании на рынке и выгодно выделяет её на фоне конкурентов. Главное понимать, что тренды рынка очень непостоянны, как и потребности клиентов, и именно поэтому проводить анализ покупательского поведения необходимо регулярно.

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

Бичинев А.А. Международные и российские проблемы имплементации концепции создания общей ценности (Creating Shared Value) // Экономика и управление:

проблемы, решения. 2017. Т. 2. № 4. С. 124-130. EDN YPBZLX.

Болозин А.А. Массовый спорт и его значение для современной российской молодёжи // Гуманитарий Юга России. 2018. Т. 7. № 2. С. 54-60. DOI 10.23683/2227-8656.2018.2.4. EDN YWZFTW.

Борзаков Д.В. Развитие концепции корпоративной социальной ответственности: создание общей ценности // Проблемы и перспективы современной экономики / Воронежский государственный университет, Экономический факультет, кафедра экономики и управления организациями. Воронеж : Издательско-полиграфический центр "Научная книга", 2014. С. 60-68. EDN ТТАОРН.

Борзаков Д.В. Создание общей ценности в контексте стратегии корпоративной социальной ответственности // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2015. № 1. С. 5-12. EDN TUBZLX.

Браун Н.С. Основы создания общей ценности // Управление стратегическим потенциалом регионов России: методология, теория, практика : Сборник научных трудов Всероссийской научно-практической конференции, Волгоград, 16–18 апреля 2014 года / Редколлегия: А.В. Копылов (отв. ред.) и [и др.]. Часть 2. Волгоград: Волгоградский государственный технический университет, 2014. С. 18-20. EDN FERIFO.

Гайворонская М.А. Баланс частных и публичных интересов в контексте создания общей системы ценностей // Право и современное общество: ценности, развитие и проблемы : сборник научных трудов по материалам I Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 31 мая 2017 года / НОО «Профессиональная наука». Санкт-Петербург: НОО «Профессиональная наука», 2017. С. 190-197. EDN WFHLOI.

Дунаев А.Н. Анализ финансовых аспектов конкурентоспособности в сельском хозяйстве: эффективность и производительность, инновации и предпринимательство, корпоративная социальная ответственность, создание общих экономических и социальных ценностей // Экономика сельского хозяйства. Реферативный журнал. 2014. № 2. С. 341. EDN SEOENN.

Жернов Е.Е., Нехода Е.В., Редчикова Н.А. Этические аспекты концепции создания

общих ценностей // Российское предпринимательство. 2018. Т. 19. № 12. С. 4077-4092. DOI 10.18334/rp.19.12.39630. EDN VVEXGO.

Максименко Е.И., Ляшенко П.В. Баланс частных и публичных интересов в контексте создания общей системы ценностей // Известия Оренбургского государственного аграрного университета. 2014. № 3 (47). С. 227-229. EDN SJDTCN.

Мельникова Л.Н. Развитие промышленности через призму концепции "Создание Общей ценности", практическое применение и критический взгляд // Европейский журнал социальных наук. 2017. № 12-2. С. 77-81. EDN YNTYXZ.

Мельникова Л.Н. Стратегия роста инновационной активности в рамках концепции "Создания Общих Ценностей" // Технологическая перспектива в рамках Евразийского пространства: новые рынки и точки экономического роста : материалы 4-ой Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 13–15 декабря 2018 года / Под редакцией О.Н. Кораблевой, М.И. Барабановой, Е.А.Ветровой, А.А. Зайцевой, В.В. Кораблева, С.В. Кулешова, В.В. Трофимова, Л.П. Харченко, Е.А. Яковлевой. Санкт-Петербург: Центр научно-информационных технологий "Астерион", 2018. С. 619-620. EDN ZHTTMT.

Мельникова Л.Н. Цели и методы применения концепции создания общих ценностей и ее влияние на трудовые аспекты // Экономика труда. 2019. Т. 6. № 1. С. 15-22. DOI 10.18334/et.6.1.39770. EDN GEDHNO.

Мельникова Л.Н. Развитие концепции "Создания Общих Ценностей" и применение ее в различных областях промышленности в рамках устойчивого развития // Креативная экономика. 2019. Т. 13. № 2. С. 319-328. DOI 10.18334/ce.13.2.39787. EDN VWHVAS.

Мирчук Е.А., Круглова П.А. Понятие "общих ценностей" как инструмента создания инвестиционной привлекательности компаний // Экономика и управление : сборник научных трудов. Часть II. Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2017. С. 33-43. EDN YTPINJ.

Нехода Е.В. Развитие территорий и местных сообществ присутствия компаний как основа создания общих ценностей // Междисциплинарный подход к исследованию

экономики : материалы III Международной научно-практической конференции, посвященной 70-летию кафедры общей экономической теории БашГУ: в 3 частях, Уфа, 15–16 ноября 2017 года. Часть 1. Уфа: Башкирский государственный университет, 2017. С. 44-49. EDN ZXSXYL.

Никитина Л.М., Буданов В.А. Концепция создания общей ценности в теории и практике // Управление изменениями в социально-экономических системах : Сборник статей XVI Международной научно-практической конференции, Воронеж, 30 июня 2017 года. Воронеж: Издательство Истоки, 2017. С. 97-107. EDN YTASND.

Новоселова Д.С. Создание общих ценностей как основа повышения устойчивости цепей поставок // Перспективы развития фундаментальных наук : Сборник научных трудов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 7 томах, Томск, 24–27 апреля 2018 года / Под ред. И.А. Курзиной, Г.А. Вороновой. Том 5. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. С. 121-123. EDN YMFYGL.

Павлова Н.С. Эволюция отношений с поставщиками: к созданию общей ценности // Международный молодежный симпозиум по управлению, экономике и финансам : Сборник научных статей, Казань, 05–06 декабря 2017 года. Казань: Казанский (Приволжский) федеральный университет, 2017. С. 361-366. EDN YSVXMP.

Парашкевова А.Д. Аспекты концепции создания общей ценности в контексте корпоративной социальной ответственности // Современная экономика социальные вызовы и финансовые проблемы XXI века : сборник статей Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 18–19 мая 2017 года. Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2017. С. 519-525. EDN ZNVZQJ.

Парашкевова А.Д., Парашкевова Л.П. Вопросы реляции общей ценности и корпоративной социальной ответственности // Инновационное развитие социально-экономических систем: условия, результаты и возможности: Материалы V Международной научно-практической конференции, Орехово-

Зуево, 25–26 мая 2017 года. Орехово-Зуево: Государственный гуманитарно-технологический университет, 2017. С. 111-123. EDN ZCGJON.

Селезнева М.М. Создание общей ценности как модернизация концепции корпоративной социальной ответственности // Приволжский научный вестник. 2015. № 5-2(45). С. 37-39. EDN TWGWUP.

Старикова Е.А. Формирование концепции устойчивого развития на корпоративном уровне: теории "создания общей ценности" и "устойчивой ценности" // Экономика и управление: проблемы, решения. 2018. Т. 2. № 6. С. 163-167. EDN UVXVFA.

Ткаченко И.Н. К созданию общих ценностей и устойчивого развития через «человекоцентричность» // Урал – драйвер неоиндустриального и инновационного развития России : материалы V Уральского экономического форума, Екатеринбург, 19–20 октября 2023 года. Екатеринбург: Уральский государственный экономический университет, 2023. С. 270-275. EDN NLJTMJ.

Тюменцева О.С. Эволюция концепции создания общих ценностей // Перспективы развития фундаментальных наук : Сборник научных трудов XV Международной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых: в 7 томах, Томск, 24–27 апреля 2018 года / Под ред. И.А. Курзиной, Г.А. Вороновой. Том 5. Томск: Издательский Дом Томского государственного университета, 2018. С. 28-30. EDN YMFUXL.

Хабибуллин Р.И. Принципы согласования интересов участников экосистемы в условиях самоуправления и создания общих ценностей // Актуальные аспекты реализации стратегии модернизации России: поиск модели эффективного хозяйственного развития : Сборник статей Международной научно-практической конференции, Судак, Республика Крым, 03–05 октября 2019 года / Под редакцией Г.Б. Клейнера, В.В. Сорокожердьева, З.М. Хашевой. Судак, Республика Крым: АНО "Научно-исследовательский институт истории, экономики и права", 2019. С. 286-291. – EDN YIKRPK.

Corazza, L., Scagnelli, S.D. and Mio, C. (2017), "Simulacra and sustainability disclosure: Analysis of the interpretative models of creating shared value", *Corporate Social Responsibility*

and Environmental Management, 24 (5), pp. 414-434. <https://doi.org/10.1002/csr.1417>.

David, Cook, Rui, Biscaia, Karolos, Papadas, Lyndon, Simkin and Libby, Carter (2023), "The creation of shared value in the major sport event ecosystem: understanding the role of sponsors and hosts", *European Sport Management Quarterly*, 23 (3), pp. 811-832. DOI: 10.1080/16184742.2021.1931394.

Deuksin, Kwon, Ha, Young Lee, Joon, Hyung Cho and So, Young Sohn (2023), "Effect of an open patent pool strategy on technology innovation in terms of creating shared value", *Technological Forecasting and Social Change*, 187, p. 122251. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122251>.

Gastón, de los Reyes and Markus, Scholz (2019), "The limits of the business case for sustainability: Don't count on 'Creating Shared Value' to extinguish corporate destruction", *Journal of Cleaner Production*, 221, pp. 785-794. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.187>.

Hills, Stephen, Walker, Matthew and Barry, Adam (2018), "Sport as a vehicle for health promotion: A shared value example of corporate social responsibility", *Sport Management Review*, 22. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.10.001>.

Hyeonmi, Yoo and Jae Wook, Kim (2019), "Creating and sharing a bigger value: A dual process model of inter-firm CSV relative to firm performance", *Journal of Business Research*, 99, pp. 542-550. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.038>.

Ibrahim, H., Osman, Abdel Latef, Anouze, Zahir, Irani, Habin, Lee, Tunç D., Medeni and Vishanth, Weerakkody (2019), "A cognitive analytics management framework for the transformation of electronic government services from users' perspective to create sustainable shared values", *European Journal of Operational Research*, 278 (2), pp. 514-532. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2019.02.018>.

Jeongho, Koo, Suhyun, Baek and Sunah, Kim (2019), "The Effect of Personal Value on CSV (Creating Shared Value)", *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5 (2), p. 34. <https://doi.org/10.3390/joitmc5020034>.

Markku, Salo (2015), "Woven Strategy Approach and Shared Value Creation", *Procedia Manufacturing*, 3, pp. 639-644. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.288>.

Porter, M.E. (1996), "What Is Strategy?", *Harvard Business Review*, 74 (6), pp. 61-78.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006), "Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility", *Harvard business review*, 84 (12), pp. 78-92, 163.

Porter, M.E. (2008), *On Competition*, Updated and Expanded Ed. Harvard Business School Publishing, Boston.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011), "Creating Shared Value", *Harvard Business Review*, 89 (1-2), pp. 62-77.

Vivekananda, M., Byrareddy, Md. Aminul, Islam, Thong, Nguyen-Huy and Geoff, Slaughter (2023), "A systematic review of emerging environmental markets: Potential pathways to creating shared value for communities", *Heliyon*, 9 (9), p. e19754. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19754>.

Yi-Ru Regina, Chen, Chun-Ju Flora, Hung-Baesecke, Shannon A., Bowen, Ansgar, Zerfass, Don W., Stacks and Ben, Boyd (2020), "The role of leadership in shared value creation from the public's perspective: A multi-continental study", *Public Relations Review*, 46 (1), p. 101749. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.12.006>.

Wu, Ji and Wu, Yigang (2023), "From Participation to Consumption: The Role of Self-Concept in Creating Shared Values Among Sport Consumers", *Psychology Research and Behavior Management*, 16, pp. 1037-1050. <https://doi.org/10.2147/PRBM.S406346>.

References

Bichinev, A.A. (2017), "International and Russian problems of implementing the concept of Creating Shared Value", *Economics and management: problems, solutions*, 2 (4), pp. 124-130. EDN YPBZLX.

Bolozin, A.A. (2018), "Mass sport and its significance for modern Russian youth", *Humanities of the South of Russia*, 7 (2), pp. 54-60. DOI 10.23683/2227-8656.2018.2.4. EDN YWZFTW.

Borzakov, D.V. (2014), "Development of the concept of corporate social responsibility: creating a common value", In: *Problems and prospects of modern Economics*, Voronezh State University, Faculty of Economics, Department of Economics and Management of Organizations, Publishing and Printing Center "Scientific Book", Voronezh, pp. 60-68. EDN TTAOPH.

Borzakov, D.V. (2015), "Creating common value in the context of corporate social responsibility strategy", *Bulletin of the Voronezh*

State University. Series: Economics and Management, 1, pp. 5-12. EDN TUBZLX.

Brown, N.S. (2014), "Fundamentals of creating common value", *Managing the strategic potential of Russian regions: methodology, theory, practice*, Collection of Scientific Papers of the All-Russian Scientific and Practical Conference, Volgograd, April 16-18, 2014, A.V. Kopylov et al. (ed.), Part 2, Volgograd State Technical University, Volgograd, pp. 18-20. EDN FERIFO.

Corazza, L., Scagnelli, S.D. and Mio, C. (2017), "Simulacra and sustainability disclosure: Analysis of the interpretative models of creating shared value", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24 (5), pp. 414-434. <https://doi.org/10.1002/csr.1417>.

David, Cook, Rui, Biscaia, Karolos, Papadas, Lyndon, Simkin and Libby, Carter (2023), "The creation of shared value in the major sport event ecosystem: understanding the role of sponsors and hosts", *European Sport Management Quarterly*, 23 (3), pp. 811-832. DOI: 10.1080/16184742.2021.1931394.

Deuksin, Kwon, Ha, Young Lee, Joon, Hyung Cho and So, Young Sohn (2023), "Effect of an open patent pool strategy on technology innovation in terms of creating shared value", *Technological Forecasting and Social Change*, 187, p. 122251. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2022.122251>.

Dunaev, A.N. (2014), "Analysis of financial aspects of competitiveness in agriculture: efficiency and productivity, innovation and entrepreneurship, corporate social responsibility, creation of common economic and social values", *Economics of agriculture. Review journal*, 2, p. 341. EDN SEOEHH.

Gaivoronskaya, M.A. (2017), "The balance of private and public interests in the context of creating a common value system", *Law and modern society: values, development and problems*, Collection of scientific papers based on the materials of the 1st International Scientific and Practical Conference, St. Petersburg, May 31, 2017, Professional Science, pp. 190-197. EDN WFHLOI.

Gastón, de los Reyes and Markus, Scholz (2019), "The limits of the business case for sustainability: Don't count on 'Creating Shared Value' to extinguish corporate destruction", *Journal of Cleaner Production*, 221, pp. 785-794. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.02.187>.

Hills, Stephen, Walker, Matthew and Barry, Adam (2018), "Sport as a vehicle for health

promotion: A shared value example of corporate social responsibility", *Sport Management Review*, 22. <https://doi.org/10.1016/j.smr.2018.10.001>.

Hyeonmi, Yoo and Jae Wook, Kim (2019), "Creating and sharing a bigger value: A dual process model of inter-firm CSV relative to firm performance", *Journal of Business Research*, 99, pp. 542-550. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.10.038>.

Ibrahim, H., Osman, Abdel Latef, Anouze, Zahir, Irani, Habin, Lee, Tunç D., Medeni and Vishanth, Weerakkody (2019), "A cognitive analytics management framework for the transformation of electronic government services from users' perspective to create sustainable shared values", *European Journal of Operational Research*, 278 (2), pp. 514-532. <https://doi.org/10.1016/j.ejor.2019.02.018>.

Jeongho, Koo, Suhyun, Baek and Sunah, Kim (2019), "The Effect of Personal Value on CSV (Creating Shared Value)", *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5 (2), p. 34. <https://doi.org/10.3390/joitmc5020034>.

Khabibullin, R.I. (2019), "Principles of coordinating the interests of ecosystem participants in conditions of self-government and the creation of common values", *Important aspects of the implementation of the modernization strategy of Russia: search for a model of effective economic development*, Collection of Articles of the International Scientific and Practical Conference, Sudak, Republic of Crimea, October 03-05, 2019, G.B. Kleiner, V.V. Sorokozherdyev, Z.M. Hasheva (eds.), Scientific Research Institute of History, Economics and Law, Sudak, Republic of Crimea, pp. 286-291. EDN YIKRPK.

Maksimenko, E.I. and Lyashenko, P.V. (2014), "The balance of private and public interests in the context of creating a common value system", *Proceedings of Orenburg State Agrarian University*, 3 (47), pp. 227-229. EDN SJDTCN.

Markku, Salo (2015), "Woven Strategy Approach and Shared Value Creation", *Procedia Manufacturing*, 3, pp. 639-644. <https://doi.org/10.1016/j.promfg.2015.07.288>.

Melnikova, L.N. (2017), "Industrial development through the prism of the concept of creating shared value, practical application and critical view", *European Journal of Social Sciences*, 12-2, pp. 77-81. EDN YNTYXZ.

Melnikova, L.N. (2018), "Strategy for the growth of innovation activity within the framework of the concept of creating shared value", *Technological Perspective Within the Eurasian Space: New Markets and Points of Economic Growth*, Proceedings of the 4th International Scientific Conference, St. Petersburg, December 13-15, 2018, O.N. Korableva, M.I. Barabanova, E.A. Vetrova, A.A. Zaitseva, V.V. Korablev, S.V. Kuleshov, V.V. Trofimov, L.P. Kharchenko, E.A. Yakovleva (eds.), Asterion Center for Scientific and Information Technologies, St. Petersburg, pp. 619-620. EDN ZHTTMT.

Melnikova, L.N. (2019), "Goals and methods of applying the concept of creating common values and its impact on labor aspect", *Labor economics*, 6 (1), pp. 15-22. DOI 10.18334/et.6.1.39770. EDN GEDHHO.

Melnikova, L.N. (2019), "The development of the concept of creating shared value and its application in various fields of industry within the framework of sustainable development", *Creative Economy*, 13 (2), pp. 319-328. DOI 10.18334/ce.13.2.39787. EDN VWHVAS.

Mirchuk, E.A. and Kruglova, P.A. (2017), "The concept of shared value as a tool for creating investment attractiveness of companies", *Economics and management*, Collection of scientific papers, Part 2, St. Petersburg State University of Economics, St. Petersburg, pp. 33-43. EDN YTPIHJ.

Nekhoda, E.V. (2017), "Development of territories and local communities of companies' presence as a basis for creating common values", *An interdisciplinary approach to the study of economics*, Materials of the 3rd International Scientific and Practical Conference Dedicated to the 70th Anniversary of the Department of General Economic Theory of BASHGU: in 3 parts, Ufa, November 15-16, 2017, Part 1, Bashkir State University, Ufa, pp. 44-49. EDN ZXSYXL.

Nikitina, L.M. and Budanov, V.A. (2017), "The concept of creating common value in theory and practice", *Managing changes in socio-economic systems*, Collection of articles of the 16th International Scientific and Practical Conference, Voronezh, June 30, 2017, Istoki Publishing House, Voronezh, pp. 97-107. EDN YTASND.

Novoselova, D.S. (2018), "Creating common values as a basis for increasing the sustainability of supply chains", *Prospects for the development of fundamental sciences*, Collection

of scientific papers of the 15th International Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists, in 7 volumes, Tomsk, April 24-27, 2018, I.A. Kurzina, G.A. Voronova (eds.), Vol. 5, Publishing House of Tomsk State University, Tomsk, pp. 121-123. EDN YMFYGL.

Parashkevova, A.D. (2017), "Aspects of the concept of creating common value in the context of corporate social responsibility", *Modern economics social challenges and financial problems of the 21st century*, Collection of Articles of the International Scientific and Practical Conference, St. Petersburg, May 18-19, 2017, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, St. Petersburg, pp. 519-525. EDN ZNVZQJ.

Parashkevova, A.D. and Parashkevova, L.P. (2017), "Issues of correlation of common value and corporate social responsibility", *Innovative development of socio-economic systems: conditions, results and opportunities*, Materials of the 5th International Scientific and Practical Conference, Orekhovo-Zuyevo, May 25-26, State University of Humanities and Technology, Orekhovo-Zuyevo, pp. 111-123. EDN ZCGJON.

Pavlova, N.S. (2017), "Evolution of relations with suppliers: towards the creation of common value", *International Youth Symposium on Management, Economics and Finance*, Collection of scientific articles, Kazan, 05-06 December 2017, Kazan (Volga Region) Federal University, Kazan, pp. 361-366. EDN YSVXMP.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2006), "Strategy and society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility", *Harvard business review*, 84 (12), pp. 78-92, 163.

Porter, M.E. and Kramer, M.R. (2011), "Creating Shared Value", *Harvard Business Review*, 89 (1-2), pp. 62-77.

Porter, M.E. (1996), "What Is Strategy?", *Harvard Business Review*, 74 (6), pp. 61-78.

Porter, M.E. (2008), *On Competition*, Updated and Expanded Ed. Harvard Business School Publishing, Boston.

Selezneva, M.M. (2015), "Creation of common value as modernization of the concept of corporate social responsibility", *Privolzhsky Scientific Bulletin*, 5-2 (45), pp. 37-39. EDN TWGWUP.

Starikova, E.A. (2018), "Formation of the concept of sustainable development at the corporate level: theories of "creating shared

value" and "sustainable value", *Economics and Management: Problems, Solutions*, 2 (6), pp. 163-167. EDN UVXVFA.

Tkachenko, I.N. (2023), "Towards the creation of common values and sustainable development through human-centricity", *Ural – driver of neo-industrial and innovative development of Russia*, Proceedings of the 5th Ural Economic Forum, Yekaterinburg, October 19-20, Ural State University of Economics, Yekaterinburg, pp. 270-275. EDN NLJTMJ.

Tyumentseva, O.S. (2018), "Evolution of the concept of creating common values", *Prospects for the development of fundamental sciences*, Collection of scientific papers of the 15th International Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists, in 7 volumes, Tomsk, April 24-27, 2018, I.A. Kurzina, G.A. Voronova (eds.), Vol. 5. Publishing House of Tomsk State University, Tomsk, pp. 28-30. EDN YMFUXL.

Vivekananda, M., Byrareddy, Md. Aminul, Islam, Thong, Nguyen-Huy and Geoff, Slaughter (2023), "A systematic review of emerging environmental markets: Potential pathways to creating shared value for communities", *Heliyon*, 9 (9), p. 19754.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e19754>.

Wu, Ji and Wu, Yigang (2023), "From Participation to Consumption: The Role of Self-Concept in Creating Shared Values Among Sport Consumers", *Psychology Research and Behavior Management*, 16, pp. 1037-1050.
<https://doi.org/10.2147/PRBM.S406346>.

Yi-Ru Regina, Chen, Chun-Ju Flora, Hung-Baesecke, Shannon A., Bowen, Ansgar, Zerfass, Don W., Stacks and Ben, Boyd (2020), "The role

of leadership in shared value creation from the public's perspective: A multi-continental study", *Public Relations Review*, 46 (1), p. 101749.
<https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2018.12.006>.

Zhernov, E.E., Nekhoda, E.V. and Redchikova, N.A. (2018), "Ethical aspects of the concept of creating common values", *Russian entrepreneurship*, 19(12), pp. 4077-4092. DOI 10.18334/rp.19.12.39630. EDN VVEXGO.

Данные об авторе

Цой Марина Евгеньевна, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой маркетинга и сервиса

Тринеев Андрей Юрьевич, магистрант кафедры маркетинга и сервиса, специалист поискового продвижения маркетингового агентства SMARTVORD

Шилинговский Денис Евгеньевич, магистрант кафедры маркетинга и сервиса, специалист поискового продвижения маркетингового агентства SMARTVORD

Усков Дмитрий Николаевич, магистрант кафедры маркетинга и сервиса

Information about the authors

Marina E. Tsoy, Candidate of Science (PhD) in economy, Associate Professor Head of Marketing and Service Department

Andrey Yu. Trineev, graduate student of Marketing and Service Department, SEO specialist of SMARTVORD marketing agency

Denis E. Shillingovsky, graduate student of Marketing and Service Department, SEO specialist of SMARTVORD marketing agency

Dmitry N. Uskov, graduate student of Marketing and Service Department

МЕЖДИСЦИПЛИНАРНЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ В СФЕРЕ БИЗНЕСА
INTERDISCIPLINARY RESEARCH IN THE FIELD OF BUSINESS

Обзор
Review

УДК 33.338

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-8

Бельский И. Н.¹
Климова Т. Б.²

Комплексный анализ методологий управления проектами:
оценка эффективности гибридных подходов
и адаптационных стратегий

ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный
исследовательский университет»,
ул. Победы, 85, Белгород 308015, Россия
¹e-mail: iv-belsky@yandex.ru
²e-mail: tklimova@bsuedu.ru

²ORCID: 0000-0001-6329-8404

Статья поступила 06 ноября 2024 г.; принята 11 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.

Аннотация. В данной статье осуществляется анализ методологий управления проектами, акцентируется внимание на важности синтеза традиционных и адаптивных подходов для соответствия изменчивым требованиям рыночной среды. В условиях непрерывного технологического и управленческого прогресса значительное внимание уделяется гибким методологиям, таким как Agile, Scrum и Kanban, которые предоставляют проектным командам возможность быстро адаптироваться к новым обстоятельствам и сокращать риски. Тем не менее проекты с конкретно заданными параметрами и требованиями, где ключевую роль играет строгий контроль и предсказуемость, требуют использования классических методов управления, например, предиктивной модели «водопад». Результаты исследования показывают, что гибридные модели, сочетающие в себе элементы как гибких, так и традиционных подходов, могут обеспечить необходимый баланс между адаптивностью и структурированностью, что особенно актуально для комплексных проектов. Исследование ставит целью анализ существующих методик в сфере проектного управления, а также изучение мнений авторов на возможность их применения. Основные выводы исследования подчеркивают важность интеграции в проектную деятельность теоретических и практических методик. Такой подход позволяет проектным менеджерам адаптироваться к изменениям в ходе реализации проекта и применять различные методологии в зависимости от конкретных условий. Данная статья будет интересна как практикующим специалистам в области управления проектами, так и академической аудитории, изучающей данную сферу.

Ключевые слова: проектный подход; управление проектами; Agile; Scrum; Kanban; методология управления проектами; гибкие методологии; инструменты управления проектами

Для цитирования: Бельский И. Н., Климова Т. Б. Комплексный анализ методологий управления проектами: оценка эффективности гибридных подходов и адаптационных стратегий // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 110-119. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-8

UDC 33.338

**Comprehensive Analysis of Project Management Methodologies:
Evaluating the Effectiveness of Hybrid Approaches
and Adaptive Strategies**

Ivan N. Belskii¹
Tatyana B. Klimova²

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

¹e-mail: iv-belsky@yandex.ru

²e-mail: tklimova@bsuedu.ru

¹ORCID:

²ORCID: 0000-0001-6329-8404

Abstract. This article analyzes project management methodologies, emphasizing the importance of synthesizing traditional and adaptive approaches to meet the evolving demands of the market environment. In the context of continuous technological and managerial progress, significant attention is given to flexible methodologies such as Agile, Scrum, and Kanban, which enable project teams to rapidly adapt to new circumstances and mitigate risks. However, projects with clearly defined parameters and requirements, where strict control and predictability are critical, necessitate the use of traditional management methods, such as the predictive Waterfall model. The research findings indicate that hybrid models, combining elements of both flexible and traditional approaches, can provide the necessary balance between adaptability and structure, which is particularly relevant for complex projects. The study aims to analyze existing methodologies in the field of project management and explore authors' perspectives on their applicability. The key findings of the research underscore the importance of integrating theoretical and practical methodologies into project activities. This approach enables project managers to adapt to changes during project implementation and apply various methodologies depending on specific conditions. This article will be of interest to both practicing professionals in project management and the academic audience studying this field.

Keywords: project approach project management; Agile; Scrum; Kanban project management methodology; flexible methodologies; project management tools

For citation: Belskii, I. N., Klimova, T. B. (2024), "Comprehensive Analysis of Project Management Methodologies: Evaluating the Effectiveness of Hybrid Approaches and Adaptive Strategies", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 110-119. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-8

Введение (Introduction).

Исследование методологий управления проектами в современной экономике имеет решающее значение для качественного использования подходов в проектной деятельности, что способствует достижению ключевых показателей эффективности компаний. В многообразии существующих подходов каждая методология адаптируется под конкретные условия выполнения проекта, его цели и задачи. Такое множество методологий позволяет проектным менеджерам выбирать наиболее эффективные инструменты для управления проектами, варьируя от строго регламентированных подходов до гибких и адаптивных систем.

Проекты разделены на этапы или фазы, то есть реализуются по принципу Stage-Gate. Каждый из этапов предполагает получение значимых для заказчика результатов – например, функционала информационных систем, новых услуг или продуктов, оптимизированных процессов, инфраструктуры и т.п.

На всех этапах жизненного цикла проекта главным инструментом по созданию и развитию продуктов является методология разработки. В зависимости от отрасли компании используются различные подходы к созданию продуктов, которые могут иметь отличные друг от друга наименования. Самые известные методологии включают в себя гибридный, адаптивный и предиктивный подходы.

Важное условие предиктивного подхода (каскадная модель, она же модель «водопад» или «Waterfall») заключается в четко определенных требованиях к проекту и сформированному результату. На ранней стадии проекта требования должны быть полноценно собраны и проанализированы. Данная модель часто используется в проектах с привлечением крупных инвестиций и наличием высокого уровня риска, что влечет за собой создание концепции управления изменениями, необходимость проведения регулярных

проверок и изменения планов внутри фаз проекта. На первых стадиях проекта важно детально определить объем бюджетирования, сроки проекта и входящих в него фаз, необходимый перечень ресурсов и уровень риска. В основном эти параметры стабильны на протяжении всего проекта.

Адаптивные модели (Scrum, Kanban и Agile) применяют в проектах, которым присущи неопределенность требований или непрозрачность финального результата, когда требования могут быть изменены в ходе проекта. На старте проекта определяется основной концепт и формулируются первоначальные требования, которые далее будут детально переработаны и скорректированы. При совершенствовании требований используются полученная обратная связь от пользователей и результаты тестирования продукта. Дополнительно требования могут быть изменены под влиянием внешних процессов. Разработка осуществляется короткими циклами в релизы или спринты длительностью от одной до четырех недель, что позволяет собрать обратную связь с пользователей после каждой доработки и оперативно вносить изменения в развитие продукта.

Соединяясь, адаптивные и предиктивные методологии образуют гибридные модели управления проектами, в которых частично используются компоненты каждого подхода. Гибридный метод применяется в проектах, которым присуща высокая степень риска и неопределенность вследствие возможных изменений в требованиях к проекту. Допустимо применять гибридные модели, если проект можно разделить на самостоятельные подпроекты со своими требованиями и значимым результатом или проект делится на самостоятельные ветки, исполняемые разными командами. Методология позволяет более гибко управлять проектом, чем при использовании предиктивного подхода, но не настолько гибко, как при использовании

адаптивных методов. Инкрементные и итеративные методы разработки часто применяются в гибридных подходах, когда стадии проекта логически связаны между собой и нацелены на явный результат.

Выбор методологии осуществляется командой проекта. При выборе рекомендуется принимать во внимание степень неопределенности (неясности, нестабильности): конкретизировать результат и детально проработать способы реализации.

Цель исследования (The aim of the work) – в процессе проведения анализа существующих методик в сфере проектного управления и изучения мнений авторов определить наилучшие методологии и возможность их применения.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). В рамках настоящего исследования был применён методологический подход, ориентированный на анализ и систематизацию научной литературы и практических примеров по особенностям управления проектами. Основной массив данных для анализа составили научные статьи и публикации, посвящённые современным методам проектного управления. Сравнительный анализ разных методологических подходов выявил наиболее эффективные и адаптированные практики управления проектами. Для сбора данных применялись информационные ресурсы авторитетных баз данных, что обеспечило получение релевантной и проверенной информации, необходимой для подтверждения выдвинутых гипотез и формирования научно обоснованных выводов.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). В современной литературе и практике управления проектами можно выделить несколько ключевых направлений, отражающих разнообразие методов и подходов. Основными из них принято считать системный и деятельностный. В

указанных подходах особое внимание обращено на интеграцию инновационных технологий в процессы управления, что позволяет повысить эффективность экономической деятельности.

Систематизированный подход к управлению проектами играет ключевую роль в повышении эффективности организаций. Авторы научных работ нашего времени (Махмаджонов, 2023; Дорошенко, 2023; Чернобай, 2024; Елисеенко, 2024) подчеркивают значимость адаптации управленческих практик к динамично изменяющимся внешним условиям.

Системный подход к проекту как к комплексу взаимосвязанных действий, который позволяет достигать предусмотренных результатов, является ключевым в стратегическом управлении и планировании. Деятельностный подход, напротив, рассматривает проект как процесс с определенными этапами и задачами, требующими определенного управления и координации. В этом контексте проектное управление организует деятельность через применение специфических знаний и навыков для достижения стратегических целей предприятия.

В управлении проектами можно выделить ключевые проблемы, связанные с недостаточно четким планированием и целеполаганием.

Следует уделить внимание критической роли интеграции методологий проектного управления в операционные процессы предприятий. В аспекте управления проектами такой подход подразумевает не только трансляцию теоретических основ, но и их практическое применение в условиях реальной экономической среды. Это, в свою очередь, обеспечивает повышение конкурентоспособности компаний и способствует эффективному решению проектных задач.

Следует отметить, что в рамках управления проектной деятельностью

важно соблюдать стабильность финансирования (открывать лимиты на уполномоченных коллегиальных органах управления, контролировать бюджет и списание трудозатрат на проект), контролировать этапы проекта и своевременно оформлять запросы на изменения (в случае необходимости, например, при изменении скоупа задач по проекту). Данные принципы проектного управления должны применяться в ежедневной деятельности проектных менеджеров. Применение грамотного бюджетирования и гибкого подхода к управлению проектом, например, при изменении внешних/внутренних условий становится залогом качественного проектного управления в различных сферах деятельности.

При изучении методик проектного управления необходимо развивать критический анализ и принятие обоснованных решений на каждом этапе проекта.

Указанные доводы подтверждаются современными научными исследованиями авторов, чьи работы посвящены изучению методологий проектного управления (Банников, 2021; Свиридчук, 2021).

В работах указанных авторов акцент делается на критической значимости адаптации проектного управления к текущим бизнес-процессам предприятий для улучшения их эффективности и конкурентоспособности. Методологии проектного управления рассматриваются как инструмент повышения бизнес-эффективности.

Различные методологии управления проектами, такие как классическое управление проектом (жизненный цикл проекта идет поэтапно), Agile, Kanban и Scrum, показывают, что выбор конкретного подхода к управлению проектами может значительно повлиять на успех проектной деятельности.

Предиктивная методология (модель «водопад», или «Waterfall») предпочтительна для проектов с четко

определёнными параметрами и стабильными условиями. Эти методы обладают высокой предсказуемостью исходов и позволяют детально планировать все этапы проекта, что существенно уменьшает финансовые и временные риски. Однако в условиях, где требования к проекту подвержены частым изменениям, такая жесткая структурированность может стать препятствием для инноваций и быстрой адаптации к новым условиям рынка.

В контрасте с этим, адаптивные методологии (Agile и Scrum) предлагают адаптивность и гибкость, необходимые для работы в быстро меняющихся условиях экономики. Эти подходы стимулируют более тесное сотрудничество с клиентами и конечными пользователями, что способствует созданию продуктов и услуг, лучше отвечающих потребностям рынка. Такой подход позволяет проектным командам оперативно вносить изменения в проект в ответ на обратную связь, что ускоряет разработку и улучшает качество исходного продукта.

Каждая методология имеет свои преимущества и недостатки в зависимости от специфики проекта и динамики внешней среды. Правильный выбор позволяет максимизировать эффективность проекта и снизить потенциальные риски его провала.

В условиях нестабильности и непредсказуемости рыночной среды методы управления проектами должны быть гибкими и адаптивными, чтобы обеспечить успешное выполнение проектов и, как следствие, устойчивое развитие компаний.

На предприятиях, где быстрая адаптация и способность к инновациям являются ключевыми факторами успеха, гибкие методологии, такие как Agile, могут дать значительные преимущества. Они позволяют организациям эффективнее реагировать на изменения в потребностях клиентов и технологических инновациях.

Схожие взгляды находят свое отражение в научных трудах нашего времени (Шейхова, 2022; Стефанова, 2022; Ушаков, 2022; Зарипов, 2022; Ганина, 2023; Уракова, 2023; Елисеенко, 2024). Критерии выбора между традиционными и гибкими методологиями управления проектами зависят от комплексного подхода, специфики проекта, его требований и воздействия внешних факторов.

Так, изменения геополитической ситуации могут оказывать значительное влияние на ход проекта. В частности, такое возможно, если проекты направлены на импортозамещение информационных систем, у проекта есть государственное финансирование или во внешней среде происходят изменения, вызванные изменением законодательства. Примером такого влияния являются процессы, направленные на импортозамещение программного обеспечения, так как происходящие разрывы экономических связей и санкционная политика на международной арене являются стимулом для развития данного направления.

Ограничения по времени на импортозамещение, установленные со стороны законодателя, приводят к перераспределению приоритетов в рамках проектного управления компаний. Проекты, направленные на импортозамещение программного обеспечения, получают внимание и ресурсы в первую очередь. Следует отметить, что такие проекты могут не достигать ключевых показателей эффективности, что является следствием недополученного дохода. При реализации проектов могут сформироваться конфликты интересов с другими инициативами бизнеса.

Адаптация методологий под конкретные проектные задачи позволяет более целенаправленно использовать ресурсы и учитывать уникальные требования проекта, способствуя тем самым минимизации рисков и

оптимизации процессов. Однако такой подход требует глубокой индивидуализации и может препятствовать стандартизации и обучению команды, так как методологии становятся менее унифицированными и более сложными для освоения.

В контексте диверсификации подходов к управлению проектами подчеркнем значимость выбора методологии, основанной на комплексном анализе условий и требований проекта. Многообразие доступных методологий, от строго регламентированных до гибких, предоставляет возможность оптимизации управленческих процессов. Тем не менее излишнее разнообразие может сказаться на единообразии понимания и выполнения проектных задач в рамках одной команды, особенно если участники не обладают достаточным опытом работы с разными методами.

Проектный менеджер Е. Пройдаков (Пройдаков, 2024) подчеркивает, что в современных компаниях становятся популярными гибридные подходы проектного управления (сочетают в себе элементы различных методологий), что позволяет командам быть более адаптированными и гибкими, так как это важно в условиях быстро меняющихся рыночных реалий. Постоянное улучшение процессов является неотъемлемой частью успешного проектного управления. Это позволяет командам своевременно реагировать на проблемы и изменения в проектной среде. Но такое непрерывное усовершенствование может перерасти в излишнее и не всегда обоснованное изменение процессов и может отвлекать от основных целей проекта.

Автор отчасти прав в том, что необходимо использовать гибкие и гибридные методологии и постоянно улучшать процессы. Но специфика деятельности компаний/предприятий настолько различна, что некорректно будет везде использовать такой подход. Отметим, что использование гибридных

моделей может усложнить управление проектом и требовать высокого уровня мастерства от руководителя проекта.

При выборе метода управления и следовании философии постоянных улучшений необходимо определить проблематику существующего метода и понять, насколько важно менять существующую методологию. Любые изменения процессов в компании нужно вводить постепенно и использовать систему мониторинга. Тщательно следить нужно как за показателями компании, так и за внутренним состоянием сотрудников, насколько они готовы к переменам. Дополним автора в том, что важно грамотно подготовиться к изменениям, обосновать команде цель перемен и провести надлежащее обучение.

Согласны с автором в важности вовлечения команды в процесс выбора и адаптации методологий, так как это способствует повышению мотивации и качества работы. Тем не менее чрезмерное участие команды в выборе методологии может замедлить принятие решений и привести к конфликтам интересов, особенно в крупных и разноплановых командах.

Выбор методологии управления проектами и её адаптация должны базироваться на тщательном понимании проектных требований и командной динамики. Только такой подход позволит достичь максимальной эффективности управления проектами в условиях современной экономической среды.

Для успешного управления проектами необходимо не только учитывать теоретические и практические аспекты проектной деятельности, но и применять международные стандарты. Интеграция таких подходов позволяет реализовывать проекты в различных секторах экономики.

Так, авторы научных работ (Бекмешов, 2021; Касьянова, 2023) указывают на большое влияние международных стандартов PMBoK

(Project Management Body of Knowledge), разработанный Project Management Institute, и ICB (International Competence Baseline) от IPMA, а также стандартов ISO.

Указанные документы являются основой единой методологии в управления проектами, так как качество и стандартизация процессов напрямую влияют на восприятие и удовлетворенность клиентов. В бизнес-среде, где требуется высокая адаптация рабочих процессов с возможностью их масштабирования, PMBoK и стандарты ISO позволяют применять лучшие практики управления проектами.

Применение универсальных стандартов и методологий в проектном управлении позволяет предприятиям нашего времени систематизировать подходы к достижению результатов, что необходимо для обеспечения стабильности и предсказуемости в бизнесе. Кроме того, наличие четких, унифицированных методик способствует обучению и профессиональному развитию менеджеров проектов, что является критически важным в рамках взаимоотношений с клиентами (управление ожиданиями клиентов).

Использование международных методологий (PMBoK и стандартов ISO) идет в противовес гибриднему подходу проектного управления, описанному выше. Поэтому считаем, что применение стандартных подходов может оказать положительное влияние в части роста эффективности показателей в проекте и способствовать повышению конкурентоспособности компании на рынке.

Теоретико-методологические основы управления проектами подчеркивают необходимость систематического подхода к внедрению управленческих инноваций и разработке методических рекомендаций, способствующих повышению эффективности проектной деятельности на предприятиях. Проблемы внедрения таких инноваций часто связаны с несоответствием корпоративной культуры

и стандартных управленческих процессов, что требует более глубокого понимания проектного управления.

Некоторые современные авторы придерживаются мнения о необходимости командной работы (Уракова, 2023). Отметим, что такая система будет работать тогда, когда все участники команды соблюдают единые принципы и руководствуются одинаковыми методами управления проектами. Если же у участников команды разный опыт и подход к управлению проектами, то объединение усилий будет тянуть проект назад.

Систематизация научной литературы подтверждает, что проектное управление занимает важную роль в экономике. На текущий момент существует большое разнообразие методологических подходов в управлении проектами – выбор той или иной методики обусловлен рядом основополагающих факторов: специфические требования проекта и особенностей внутренней и внешней среды. Каждому автору научного исследования близка своя методика управления. Менеджерам проектов необходимо знать разные методологические подходы, так как в разных компаниях/предприятиях могут применяться разные методы проектного управления. Необходимо не только совершенствовать технические знания и нарабатывать опыт работы, соответствующий специализации. Совокупность указанных факторов позволяет завершать проект в срок и достигать ключевых показателей эффективности.

Заключение (Conclusions).

Проведённое научное исследование показывает существование большого количества методологий проектного управления – от строго структурированной реализации проекта с фиксированными параметрами до гибких и гибридных подходов. Каждая методология разработана для решения определенного

ряда задач, обладает своими достоинствами и ограничениями в применении на практике.

Разные методологические подходы открывают возможности для настройки бизнес-процессов. Необходимо определиться, каким должен быть продукт и какие технические (бизнес) решения возможно использовать. Для этого проектные команды должны обладать глубокими знаниями в проектной методологии для качественного применения методов в зависимости от сформированных потребностей проекта.

Однако практическая реализация проектов демонстрирует, что применение только одной методологии зачастую становится невозможным из-за внешних и внутренних факторов воздействия.

Таким образом, наиболее правильное решение основано на применении гибридных подходов, так как оно позволяет адаптировать методологию к разным условиям реализации проекта

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

Банников А. И. Проблематика управления проектами как социально-экономическими системами // T-Comm: Телекоммуникации и транспорт. 2021. Т. 15. № 4. С. 35-41. DOI 10.36724/2072-8735-2021-15-4-35-41.

Бекмешов А. Ю., Крухмалев Е. В. Сравнительный анализ, перспективы и тренды развития проектных методологий // Качество. Инновации. Образование. 2021. № 4 (174). С. 93-104. – DOI 10.31145/1999-513x-2021-4-93-104.

Ганина Г. Э., Клементьева С. В. Концептуальные основы выбора подхода к управлению проектами // Инновации в менеджменте. 2023. № 2 (36). С. 32-39.

Дорошенко Н. Н. Формирование методологии управления проектами в условиях нестабильной внешней среды // Экономика: вчера, сегодня, завтра. 2023. Т. 13,

№ 12-1. С. 239-250. – DOI 10.34670/AR.2024.89.65.024.

Елисеенко С. А., Дементеева И. И. К вопросу о теоретико-методологических основах управления проектами // Тенденции развития науки и образования. 2024. № 108-5. С. 62-64. DOI 10.18411/trnio-04-2024-255.

Зарипов Р. Р. Особенности методов управления реализацией проектов // Вестник Московской международной академии. 2022. № 2. С. 106-111.

Махмадджонов И. К. Научные основы управления проектами // Вестник Технологического университета Таджикистана. 2023. № 4-2 (55). С. 94-103.

Пройдаков Е. А. Методики управления проектами в современном мире // Modern Economy Success. 2024. № 2. С. 286-298. DOI 10.58224/2500-3747-2024-2-287-299.

Свиридчук Г. П., Метелкина У. П. К вопросу о методологии и практике управления проектом // Вестник транспорта. 2021. № 5. С. 38-39.

Стефанова Н. А., Андирякова О. О. Разработка методики выбора методологии управления проектами // Азимут научных исследований: экономика и управление. 2022. Т. 11. № 3 (40). С. 5-9. DOI 10.57145/27128482_2022_11_03_01.

Уракова Е. А., Колдина М. И., Корнусова В. М. Сущность и характеристика технологии проектной деятельности // Проблемы современного педагогического образования. 2023. № 78-2. С. 282-284.

Ушаков Д. С. Классификация и описание современных подходов и методик управления проектами // Вестник Московской международной академии. 2022. № 2. С. 203-209.

Управление проектами: основные понятия и методы / Т. А. Касьянова, К. П. Полякова, В. В. Решетова, Д. А. Фролова // Наука и бизнес: пути развития. 2023. № 4 (142). С. 171-174.

Чернобай А. В. Генезис проектных методологий: влияние философских парадигм на формирование подходов к управлению проектами // Вестник Государственного университета просвещения. Серия: Экономика. 2024. № 1. С. 18-33. – DOI 10.18384/2949-5024-2024-1-18-33.

Шейхова М. С., Железнова Д. Р. Методологии управления проектами, их характерные черты и особенности // Агентство «Слияния и Поглощения». 2022. № 3 (8). С. 44-46.

References

Bannikov, A. I. (2021), "Problematika upravleniya proektami kak sotsial'no-ekonomicheskimi sistemami", *T-Comm: Telekommunikatsii i transport*, T. 15, 4, pp. 35-41. DOI 10.36724/2072-8735-2021-15-4-35-41.

Bekmeshov, A. Yu. and Krukhmalev, E. V. (2021), "Sravnitel'nyy analiz, perspektivy i trendy razvitiya proektnykh metodologiy", *Kachestvo. Innovatsii. Obrazovanie*, 4 (174), pp. 93-104. DOI 10.31145/1999-513x-2021-4-93-104.

Chernobay, A. V. (2024), "Genezis proektnykh metodologiy: vliyaniye filosofskikh paradigm na formirovanie podkhodov k upravleniyu proektami", *Vestnik Gosudarstvennogo universiteta prosveshcheniya. Seriya: Ekonomika*, 1, pp. 18-33. DOI 10.18384/2949-5024-2024-1-18-33.

Doroshenko, N. N. (2023), "Formirovanie metodologii upravleniya proektami v usloviyakh nestabil'noy vneshney sredy", *Ekonomika: vchera, segodnya, zavtra*, T. 13, 12-1, pp. 239-250. DOI 10.34670/AR.2024.89.65.024.

Ganina, G. E. and Klement'eva, S. V. (2023), "Kontseptual'nye osnovy vybora podkhoda k upravleniyu proektami", *Innovatsii v menedzhmente*, 2 (36). pp. 32-39.

Eliseenko, S. A. and Dementeva, I. I. (2024), "K voprosu o teoretiko-metodologicheskikh osnovakh upravleniya proektami", *Tendentsii razvitiya nauki i obrazovaniya*, 108-5, pp. 62-64. DOI 10.18411/trnio-04-2024-255.

Kasyanova, T. A., Polyakova, K. P., Reshetova, V. V. and Frolova, D. A. (2023), "Upravlenie proektami: osnovnye ponyatiya i metody" *Nauka i biznes: puti razvitiya*, 4 (142), pp. 171-174.

Makhmadzhonov, I. K. (2023), "Nauchnye osnovy upravleniya proektami", *Vestnik Tekhnologicheskogo universiteta Tadzhikistana*, 4-2 (55), pp. 94-103.

Proydakov, E. A. (2024), "Metodiki upravleniya proektami v sovremennom mire", *Modern Economy Success*, 2, pp. 286-298. DOI 10.58224/2500-3747-2024-2-287-299.

Sheykhova, M. S. and Zheleznova, D. R. (2022), "Metodologii upravleniya proektami, ikh

kharakternye cherty i osobennosti”, *Agentstvo “Sliyaniya i Pogloshcheniya”*, 3 (8), pp. 44-46.

Stefanova, N. A. and Andiryakova, O. O. (2022), “Razrabotka metodiki vybora metodologii upravleniya proektami”, *Azimut nauchnykh issledovaniy: ekonomika i upravlenie*, T. 11, 3 (40), pp. 5-9. DOI 10.57145/27128482_2022_11_03_01.

Sviridchuk, G. P. and Metelkina, U. P. (2021), “K voprosu o metodologii i praktike upravleniya proektom”, *Vestnik transporta*, 5, pp. 38-39.

Urakova, E. A., Koldina, M. I., Kornusova, V. M. (2023), “Sushchnost' i kharakteristika tekhnologii proektnoy deyatel'nosti”, *Problemy sovremennogo pedagogicheskogo obrazovaniya*, 78-2, pp. 282-284.

Ushakov, D. S. (2022), “Klassifikatsiya i opisanie sovremennykh podkhodov i metodik upravleniya proektami”, *Vestnik Moskovskoy mezhdunarodnoy akademii*, 2, pp. 203-209.

Zaripov, R. R. (2022), “Osobennosti metodov upravleniya realizatsiey proektov”, *Vestnik Moskovskoy mezhdunarodnoy akademii*, 2, pp. 106-111.

Данные об авторах

Бельский Иван Николаевич, аспирант кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Климова Татьяна Брониславовна, доцент, кандидат экономических наук, доцент кафедры международного туризма и гостиничного бизнеса

Information about the authors

Ivan N. Belskii, graduate student of the Department of International Tourism and Hotel Business

Tatyana B. Klimova, Associate Professor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of International Tourism and Hotel Business

Оригинальная статья
Original article

УДК 656.2+334.021.1

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-9

Благодатский П. В.

Научомеррический анализ основ менеджмента
на железнодорожном транспорте

ФГАОУ ВО «Российский университет транспорта (МИИТ)»,
ул. Образцова, д. 9, стр. 9, Москва 127994, ГСП-4, Россия
e-mail: skypol@mail.ru
ORCID: 0000-0003-1131-7284

Статья поступила 05 ноября 2024 г.; принята 02 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.

Аннотация. Железнодорожный транспорт, являясь одной из основных инфраструктурных отраслей как отдельных стран, так и мировой экономики в целом, играет значительную роль в развитии экономических систем на всех уровнях управления, обеспечивая перемещения грузов и пассажиров. От эффективности управления железнодорожным транспортом зависит бесперебойность функционирования производственно-сбытовых логистических цепочек и, как следствие, продуктивность производственных процессов во всех отраслях и секторах экономики. Данная научная статья посвящена анализу основ менеджмента на железнодорожном транспорте с использованием наукомеррических методов. На основе наукомеррического анализа основ менеджмента на железнодорожном транспорте автор предлагает две концептуальные контекстные модели менеджмента на железнодорожном транспорте: российскую и международную. Статья будет интересна исследователям и практикам в области транспортного менеджмента, логистики, управления на железнодорожном транспорте, а также всем, кто интересуется вопросами эффективности функционирования железнодорожных систем и их развития в современных условиях.

Ключевые слова: инфраструктура; железнодорожный транспорт; логистика; менеджмент; модернизация; монополия; транспорт

Для цитирования: Благодатский П. В. Наукомеррический анализ основ менеджмента на железнодорожном транспорте // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 120-137. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-9

UDC 656.2+334.021.1

Pavel V. Blagodatsky | Scientometric analysis of railway management fundamentals

Russian University of Transport (RUT),
bld. 9, 9 Obraztsova St., Moscow 127994, GSP-4, Russia
e-mail: skypol@mail.ru

ORCID: 0000-0003-1131-7284

Abstract. Railway transportation is a pivotal component of infrastructure, exerting a substantial influence on the development of economic systems at various levels. Its role is twofold: facilitating the transportation of goods and passengers, and ensuring the continuity of global value chains, thereby contributing to the productivity of production processes across all sectors and industries. The efficiency of rail management is, therefore, a critical factor in the productivity of production processes. The present article is devoted to the analysis of the foundations of railway management. Utilising a scientometric analysis of railway management, the author proposes two conceptual contextual models of railway management: Russian and international. The article will be of interest to researchers and practitioners in transport management, logistics, railway management, as well as to anyone interested in the efficiency of railway systems and their development in modern conditions.

Keywords: infrastructure; railway transport; logistics; management; modernization; monopoly; transport

For citation: Blagodatsky, P. V. (2024), "Scientometric analysis of railway management fundamentals", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 120-137. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-0-9

Введение (Introduction).

Железнодорожный транспорт является ключевой составляющей инфраструктуры большинства стран мира, обеспечивая эффективное перемещение грузов и пассажиров. Развитие железнодорожного транспорта неотделимо от применения современных методов управления и организации производственных процессов. Современные вызовы, стоящие перед железнодорожным транспортом, требуют не только разработки новых подходов к управлению процессами перевозки грузов и пассажиров, но и оптимизации менеджмента железнодорожного транспорта как крупной корпорации (в случае Российской Федерации – естественной монополии). В связи с этим можно констатировать наличие необходимости проведения анализа

эффективности существующих моделей менеджмента на железнодорожном транспорте с целью выявления эффективных моделей и разработки новых стратегий развития отрасли.

Цель исследования (The aim of the work) – на основе наукометрического анализа основ менеджмента на железнодорожном транспорте разработать концептуальные контекстные модели менеджмента на железнодорожном транспорте.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods).

Методология нашего исследования будет основана на качественном и количественном анализе научных публикаций, представленных на порталах ELIBRARY.ru (14975 публикаций) и Scencedirect.com (19102 публикации), контекстном анализа, а также на

использовании интернет-сервиса WordClouds.com для графической визуализации и интерпретации данных. В исследовании применялись методы контекстного анализа, синтеза, группировки данных, обобщения, математизации и моделирования.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). По поисковому запросу «железная дорога» на портале ELIBRARY.ru на 27 октября 2024 г. можно обнаружить 142688 публикаций из 59600622 (т.е. 0,23%). Если ограничить поисковой запрос поиском термина «железная дорога» только в названии, то число

публикаций составит 14975, из них 4242 публикации, или 28,32%, приходится на 2020–2024 гг., что свидетельствует о росте исследовательского интереса к проблематике функционирования железнодорожного транспорта как ключевой инфраструктурной отрасли экономики страны (рис. 1). Отметим, что поисковой запрос формулировался именно в формате «железная дорога» для того, чтобы проследить все возможные семантические варианты и контекстуальные взаимосвязи данного понятия и выявления расширенного списка ключевых слов (табл. 1).

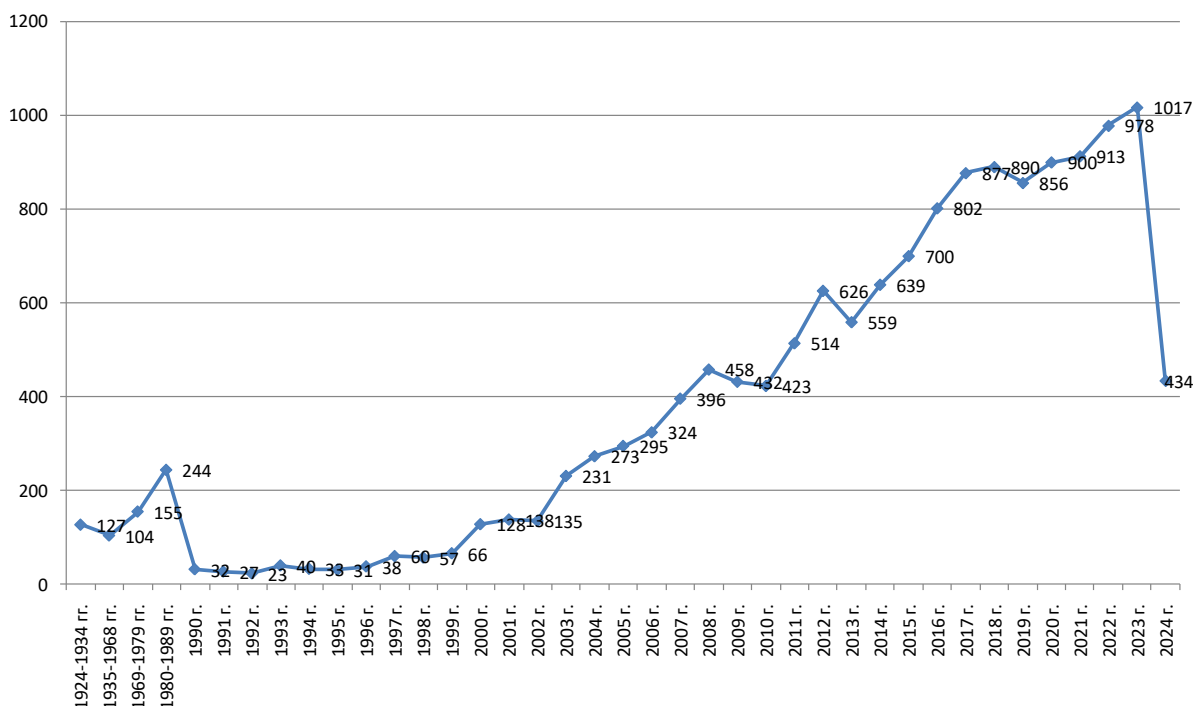


Рис. 1. Анализ динамики частоты упоминания термина «железная дорога» в публикациях на портале ELIBRARY.ru в 1924–2024 гг. (составлено автором по данным ELIBRARY.ru на 27.10.2024 г.)

Fig. 1. Analysis of the dynamics of the frequency of references to the term "railway" in publications on ELIBRARY.ru in 1924-2024 (compiled by the author according to the data of ELIBRARY.ru as of 27.10.2024).

Первые публикации, посвященные железнодорожному транспорту, датируются 1924 г. Всплеск исследовательского интереса к данной проблематике начинается с 1998 г., что

неслучайно, поскольку в рамках реформирования экономики России трансформируется и отрасль железнодорожного транспорта. Наибольшее число публикаций, в

которых речь идет о железной дороге, приходится на 2023 г. (1017 публикаций, или 6,79%).

Проанализируем, какая проблематика рассматривается учеными, изучающими функционирование

железнодорожного транспорта (табл. 1). Изучив подборку из 14975 публикаций, в названии которых содержится термин «железная дорога», мы выделили следующие 40, на наш взгляд, наиболее важных ключевых слов.

Таблица 1

**Анализ ключевых слов по поисковому запросу «железная дорога»
(составлено автором по данным ELIBRARY.ru на 27.10.2024 г.)**

Table 1

**Keyword analysis for the search query "railway"
(compiled by the author according to ELIBRARY.ru on 27.10.2024)**

№ п/п	Ключевые термины	Число статей, шт.	Частота упоминания, %	Авторы
1	Инфраструктура	1150	7,679	(Андреева, Сысоева, 2023); (Неумоин, Катаева, Неумоина, 2024); (Ромашева, Королева, 2024)
2	Модернизация	389	2,598	(Андреева, Сысоева, 2023); (Егоров, 2023)
3	Безопасность	373	2,491	(Асламова, Умудова, 2023); (Журавлева, Никитин, Чеченова, 2023)
4	Эффективность	308	2,057	(Фомина, Бажина, 2022)
5	Логистика	281	1,876	(Андреева, Сысоева, 2023); (Суханов, Супруновский, Баясгалан, 2022)
6	Оптимизация	266	1,777	(Неумоин, Катаева, Неумоина, 2024)
7	Инвестиции	205	1,369	(Андреева, Сысоева, 2023); (Фомина, Бажина, 2022)
8	Инновация	195	1,302	(Никищенко, 2023)
9	Риск	161	1,075	(Барчуков, Тищенко, 2022)
10	Цифровизация	159	1,062	(Закирова, 2022); (Кондратова, 2023); (Неумоин, Катаева, Неумоина, 2024)
11	Стратегия	157	1,048	(Кондратова, 2023); (Чеченова, 2022)
12	Конкурентоспособность	148	0,988	(Журавлева, Никитин, Чеченова, 2023); (Закирова, 2022)
13	Грузопоток	129	0,861	(Vokhidova, 2024)
14	Тариф	125	0,835	(Красная, 2023)
15	Охрана труда	92	0,614	(Асламова, Умудова, 2023)
16	Транспортный коридор	91	0,608	(Суханов, Супруновский, Баясгалан, 2022)
17	Экология	86	0,574	(Варнавский, 2024); (Мусаткина, Кашкина, 2024)
18	Управление персоналом	85	0,568	(Барчуков, Тишутина, Фещенко, 2024); (Тимофеева,

№ п/п	Ключевые термины	Число статей, шт.	Частота упоминания, %	Авторы
19	Устойчивое развитие	80	0,534	Кобылицкий, 2024) (Андреева, Сысоева, 2023); (Чеченова, 2022)
20	Качество услуг	80	0,534	(Журавлева, Никитин, Чеченова, 2023)
21	Пассажиропоток	63	0,421	(Закирова, 2022)
22	Искусственный интеллект	61	0,407	(Никищенко, 2023)
23	Трудовые ресурсы	59	0,394	(Тимофеева, Кобылицкий, 2024)
24	Реструктуризация	43	0,287	(Кукушкина, Чернышова, 2022)
25	Маркетинг	37	0,247	(Закирова, 2022)
26	Монополия	37	0,247	(Кабанбаев, 2015); (Холопов, Соколов, 2014)
27	Ценообразование	35	0,234	(Красная, 2023)
28	Бережливое производство	34	0,227	(Асламова, Умудова, 2023)
29	Страхование	33	0,220	(Барчуков, Тищенко, 2022)
30	Кластер	31	0,207	(Пазойский, Абдуллаев, 2023)
31	Клиентоориентированность	29	0,194	(Закирова, 2022)
32	Государственно-частное партнерство	25	0,167	(Андреева, Сысоева, 2023);
33	Санкции	23	0,154	(Ромашева, Королева, 2024)
34	Коррупция	19	0,127	(Варнавский, 2024)
35	Диверсификация	15	0,100	(Ромашева, Королева, 2024)
36	Корпоративное обучение	15	0,100	(Тимофеева, Кобылицкий, 2024)
37	Корпоративная культура	14	0,093	(Асламова, Умудова, 2023)
38	Управление цепями поставок	5	0,033	(Суханов, Супруновский, Баясгалан, 2022)
39	Корпоративная социальная ответственность	4	0,027	(Эванс, Воронина, Хошафян, 2020)
40	ESG	2	0,013	(Эванс, Воронина, Хошафян, 2020)
	ВСЕГО	14975	100	

В большинстве публикаций функционирование железнодорожного транспорта рассматривается в контексте развития и реформирования инфраструктуры (1 150 публикаций), ее модернизации (389), обеспечения безопасности (373) и эффективности (308). Во многих публикаций деятельность железнодорожного транспорта рассматривается в рамках проблем логистики (281), оптимизации (266), привлечения инвестиций (205) и внедрения инноваций (195). Ряд авторов особо выделяют проблемы риск-

менеджмента на железнодорожном транспорте (161). Кроме того, достаточно много публикаций посвящено вопросам цифровизации (159), разработки стратегий развития (157) и повышения конкурентоспособности железнодорожных перевозок (148). Также присутствуют публикации, в которых деятельность железнодорожного транспорта изучается с точки зрения развития грузопотока (129), транспортных тарифов (125) и охраны труда (92). Исследователей занимает проблематика функционирования

транспортных коридоров с участием железнодорожного транспорта (91), экологии (86), управления персоналом (в том числе в контексте его мотивации) (85), устойчивого развития (80) и качества предоставляемых услуг (80). В несколько меньшей степени затрагиваются проблемы обеспечения пассажиропотока (63), искусственного интеллекта (61), подбора трудовых ресурсов (59), реструктуризации (43) и маркетинга (37). Тем не менее не оставлены без внимания и такие вопросы, как монополизация (37), ценообразование (35), бережливое производство (34), страхование (33). Некоторые авторы также уделяют внимание перспективам работы железнодорожного транспорта в

рамках формирующихся кластеров (31) с учетом клиентоориентированности (29) и организации работы в рамках государственно-частного партнерства (25). Не оставлены без внимания и негативные аспекты влияния санкций (23) и коррупции (19) на железнодорожный транспорт. В некоторых исследованиях также рассматриваются вопросы диверсификации деятельности железнодорожного транспорта (15), корпоративного обучения (15), корпоративной культуры (14), управления цепями поставок (5), корпоративной социальной ответственности (4) и ESG (2).

Все ключевые слова из таблицы 1 мы визуализировали с помощью интернет-сервиса WordClouds.com (рис. 2).



Рис. 2. Визуализация ключевых слов, раскрывающих суть понятия «железная дорога» (составлено автором с помощью интернет-сервиса WordClouds.com. URL: <https://www.wordclouds.com/> (дата обращения 31.10.2024))

Fig. 2. Visualization of keywords that reveal the essence of the concept of "railway" (compiled by the author with WordClouds.com. URL: <https://www.wordclouds.com/> (accessed 31.10.2024))

На портале Sciencedirect.com по поисковому запросу «railroad management» (менеджмент на железнодорожном транспорте) на 27

октября 2024 г. можно обнаружить 19102 публикации. Наибольшее число публикаций приходится на 2023 г. (918) и 2024 г. (1039) (рис. 3).

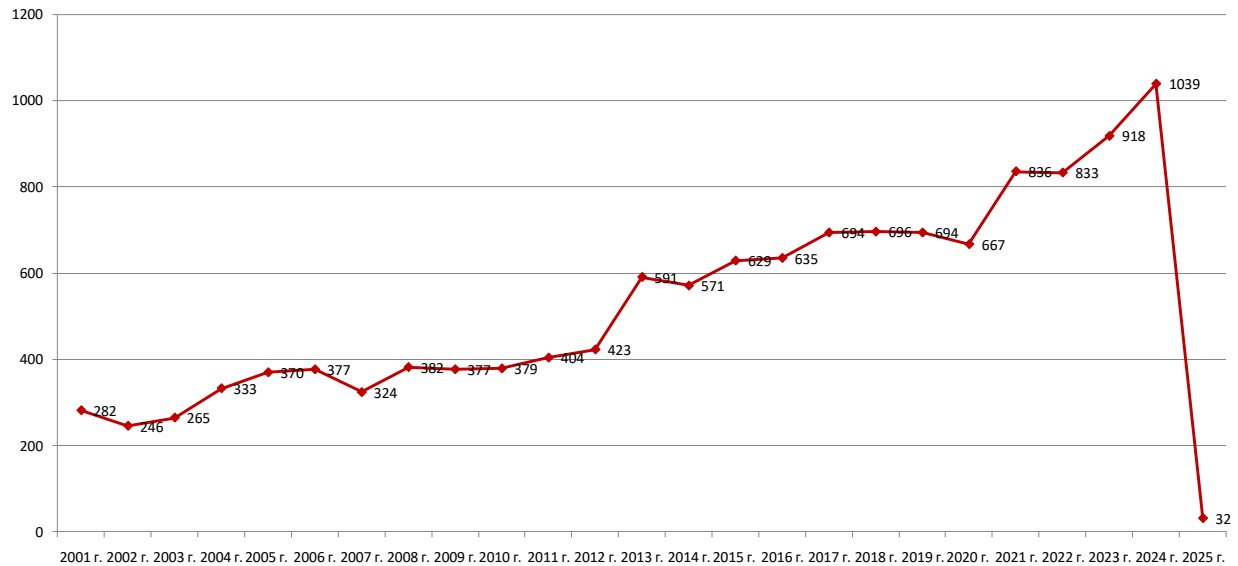


Рис. 3. Анализ динамики частоты упоминания термина «railroad management» (составлено автором по данным Scienedirect.com. URL: <https://www.sciencedirect.com/> (дата обращения: 27.10.2024))

Fig. 3. Analysis of the dynamics of the frequency of mentioning the term "railroad management" (compiled by the author according to Scienedirect.com. URL: <https://www.sciencedirect.com/> (accessed 27.10.2024))

На следующем этапе нашего исследования мы воспользуемся ключевыми словами, выделенными ранее при анализе подборки публикаций на портале ELIBRARY.ru по поисковому запросу «железная дорога». Все ключевые слова из таблицы 1 мы перевели на английский язык и осуществляли расширенный поиск в подборке из 19102 публикаций на портале Scienedirect.com по поисковому запросу «railroad management» (менеджмент на железнодорожном транспорте), который был сформулирован именно в данном варианте, во-первых, для сужения поиска, а во-вторых, для того чтобы уже на этапе

отбора публикаций сократить число предметных областей и отраслей научного знания, сконцентрировав внимание только на тех из них, которые касаются вопросов управления. Полученные результаты представлены в таблице 2. В большинстве иностранных исследований управление железнодорожным транспортом исследуется в контексте риск-менеджмента (1791 публикации), разработки и реализации стратегии развития (1685), развития инфраструктуры (1536), обеспечения безопасности (1184) и обеспечения эффективности (1059).

Таблица 2

*Анализ ключевых слов по поисковому запросу «railroad management»
(составлено автором по данным Scencedirect.com. URL: <https://www.sciencedirect.com/>
(дата обращения: 27.10.2024))*

Table 2

*Keyword analysis for the search query "railroad management"
(compiled by the author. URL: <https://www.sciencedirect.com/> (accessed 27.10.2024))*

№ п/п	Ключевое слово на русском языке	Ключевое слово на английском языке	Число статей, шт.	Частота упоми- нания, %	Авторы
1	Риск	Risk	1792	9,381	(Azad, Hassini, Verma, 2016); (Gandhi, Kant, Thakkar, Shankar, 2024)
2	Стратегия	Strategy	1685	8,821	(Lin, Blumenfeld, Gerstein, Barkan, Jack, Abdurrahman, 2023); (Song, Shoji, 2016)
3	Инфраструктура	Infrastructure	1536	8,051	(Crainic, 2021)
4	Безопасность	Safety	1184	6,198	(Lin, Blumenfeld, Gerstein, Barkan, Jack, Abdurrahman, 2023)
5	Эффективность	Efficiency	1059	5,543	(Zhang, Cheng, Shao, Philbin, Zhong, 2024)
6	Оптимизация	Optimization	918	4,806	(Azad, Hassini, Verma, 2016)
7	Инвестиции	Investment	904	4,732	(Strong, 2024); (Song, Shoji, 2016)
8	Ценообразование	Pricing	893	4,675	(Crainic, 2021); (Danielis, Marcucci, 2002)
9	Устойчивое развитие	Sustainable development	656	3,434	(Zhang, Cheng, Shao, Philbin, Zhong, 2024); (Gandhi, Kant, Thakkar, Shankar, 2024); (Simionescu, Silvius, 2016)
10	Инновация	Innovation	630	3,298	(Strong, 2024)
11	Логистика	Logistics	521	2,727	(Song, Shoji, 2016)
12	Конкурентоспособность	Competitiveness	478	2,502	(Li, Wang, Li, Gao, 2024)
13	Трудовые ресурсы	Labor	439	2,298	(Strong, 2024)
14	Цифровизация	Digitalization	331	1,732	(Li, Zhu, Zhang, Wang, Liu, Han, 2024)
15	Качество услуг	Quality of services	278	1,455	(Zhu, Tan, Xin, 2024)
16	Кластер	Cluster	276	1,445	(Pittman, 2007)
17	Экология	Ecology	245	1,282	(Zhang, Cheng, Shao, Philbin, Zhong, 2024)
18	Маркетинг	Marketing	213	1,115	(Landry, Ozment, 2000)
19	Диверсификация	Diversification	148	0,775	(Song, Shoji, 2016)
20	Реструктуризация	Restructuring	141	0,738	(Yu, Wu, Wang, Zhang, Zheng, Wang, Li, 2023); (Strong, 2024)

№ п/п	Ключевое слово на русском языке	Ключевое слово на английском языке	Число статей, шт.	Частота упоминания, %	Авторы
21	Управление цепями поставок	Supply chain management	139	0,728	(Matenga, Mpofo, 2023)
22	Страхование	Insurance	116	0,607	(Zhang, Cheng, Shao, Philbin, Zhong, 2024)
23	Грузопоток	Freight traffic	115	0,602	(Zhang, Zhong, 2024)
24	Искусственный интеллект	Artificial intelligence	112	0,586	(Li, Zhu, Zhang, Wang, Liu, Han, 2024)
25	Монополия	Monopoly	93	0,489	(Laroche, 2024); (Pittman, 2007)
26	Пассажиропоток	Passenger traffic	87	0,455	(Zhang, Zhong, 2024)
27	Модернизация	Modernization	84	0,440	(Simionescu, Silviu, 2016)
28	Транспортный коридор	Transport corridor	73	0,382	(Zhang, Zhong, 2024)
29	Государственно-частное партнерство	Public-private partnership	69	0,361	(Bolaños, Gifford, Kweun, 2019)
30	Тариф	Tariff	55	0,288	(Danielis, Marcucci, 2002)
31	Управление персоналом	Personnel management	54	0,283	(Abdelatif, Rachid, Smain, Ion, 2015)
32	Охрана труда	Occupational safety	50	0,262	(Lukianenko, 2022)
33	Коррупция	Corruption	46	0,241	(Lukianenko, 2022)
34	Корпоративная социальная ответственность	Corporate social responsibility	38	0,199	(Zhu, Tan, Xin, 2024)
35	Санкции	Sanctions	29	0,152	(Lukianenko, 2022)
36	Клиентоориентированность	Customer centricity	21	0,110	(Lukianenko, 2022)
37	Корпоративная культура	Corporate culture	14	0,073	(Abdelatif, Rachid, Smain, Ion, 2015)
38	Корпоративное обучение	Corporate training	9	0,047	(Lukianenko, 2022)
39	ESG	ESG	9	0,047	(Zhu, Tan, Xin, 2024)
40	Бережливое производство	Lean manufacturing	5	0,026	(Zhu, Tan, Xin, 2024)
	ВСЕГО		19102	100	

Если провести сравнение выбранных ключевых слов по поисковым запросам «железная дорога» и «railroad management», то можно отметить, что при наличии многочисленных различий наблюдается определенное сходство публикаций в контексте анализа

управления на железнодорожном транспорте с точки зрения состояния и развития инфраструктуры. Кроме того, российских исследователей намного больше, чем иностранных авторов интересуют проблемы модернизации железнодорожного транспорта (рис. 4).

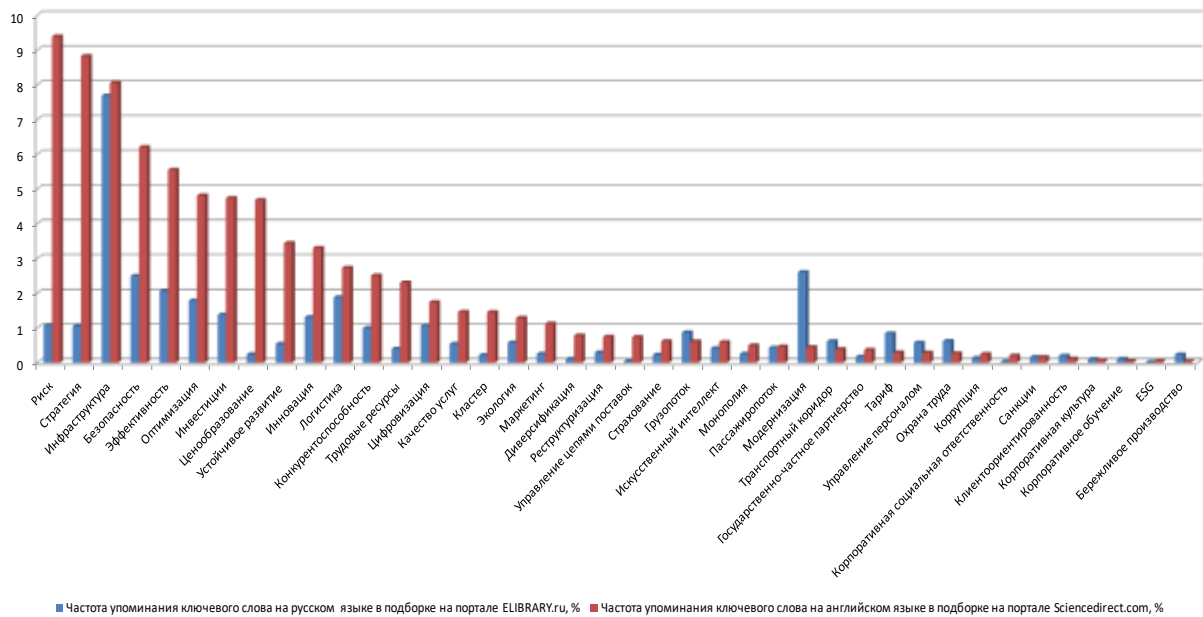


Рис. 4. Сравнение частоты упоминания ключевых слов по поисковым запросам «железная дорога» и «railroad management» (составлено автором по данным ELIBRARY.ru; Sciencedirect.com (дата обращения: 27.10.2024))

Fig. 4. Comparison of the frequency of mentioning keywords in the search queries "railway" and "railroad management" (compiled by the author according to ELIBRARY.ru; Sciencedirect.com (accessed 27.10.2024))

На основе проведенного выше наукометрического и контекстного анализа представляется возможным предложить следующие модели менеджмента¹ и выделить направления для нашего дальнейшего исследования.

¹ Следует отметить, что выбранные ключевые слова относятся именно к модели менеджмента, поскольку модель менеджмента ориентирована на управление бизнесом в целом. Она включает в себя планирование, организацию, руководство и контроль деятельности организации. Основными компонентами модели менеджмента являются формирование стратегии развития, определение целей и задач, распределение ресурсов, управление процессами и персоналом. Отметим, что модель маркетинга и модель менеджмента представляют собой два различных подхода к управлению бизнесом. Модель маркетинга сосредоточена на изучении и понимании потребностей клиентов, разработке и продвижении товаров и услуг на рынке, а также оценке эффективности маркетинговых действий. Основными инструментами модели маркетинга являются сегментация рынка, позиционирование товара, маркетинговые исследования и разработка

Прежде всего, представляется возможным сформулировать две концептуальные контекстные модели менеджмента на железнодорожном транспорте: российскую и международную. Каждая модель включает 4 круга факторов влияния и элементов менеджмента. Распределение факторов влияния и элементов менеджмента по кругам осуществлялось на основе частот упоминания ключевых слов (таблица 1 – для российской модели;

маркетинговых стратегий. Таким образом, ключевым отличием модели маркетинга от модели менеджмента является уклон в маркетинговые аспекты деятельности организации в первом случае и общее управление бизнесом во втором случае. Однако успешное управление предприятием требует совмещения и эффективного взаимодействия обеих моделей для достижения поставленных целей и обеспечения устойчивого развития организации. Тем не менее в контексте нашего исследования модели маркетинга не являются объектом исследования.

таблица 2 – для международной модели) следующим образом:

1 круг (факторы и элементы первостепенного значения): частота упоминания больше 2;

2 круг (факторы и элементы второстепенного значения): частота упоминания в диапазоне 1,000–1,999;

3 круг (факторы и элементы менее значимые): частота упоминания больше 0,500–0,999;

4 круг (факторы и элементы наименьшего значения): частота упоминания больше 0,000–0,4999.

На рисунках 5 и 6 можно заметить существенные отличия двух моделей в контексте факторов и элементов,

оказывающих различное влияние на управление железнодорожным транспортом. Так, как мы уже отмечали выше, для России это, в первую очередь, такие элементы и факторы, как инфраструктура, модернизация, безопасность и эффективность, а в рамках международной модели число факторов и элементов, попавших в первый круг, намного больше – это управление рисками, стратегия, инфраструктура, безопасность, эффективность, оптимизация, инвестиции, ценообразование, устойчивое развитие, инновации, логистика, конкурентоспособность и трудовые ресурсы.



Рис. 5. Концептуальная контекстная модель менеджмента на железнодорожном транспорте (русская) (составлено автором)
Fig. 5. Conceptual contextual model of railway management (Russian model) (compiled by the author)

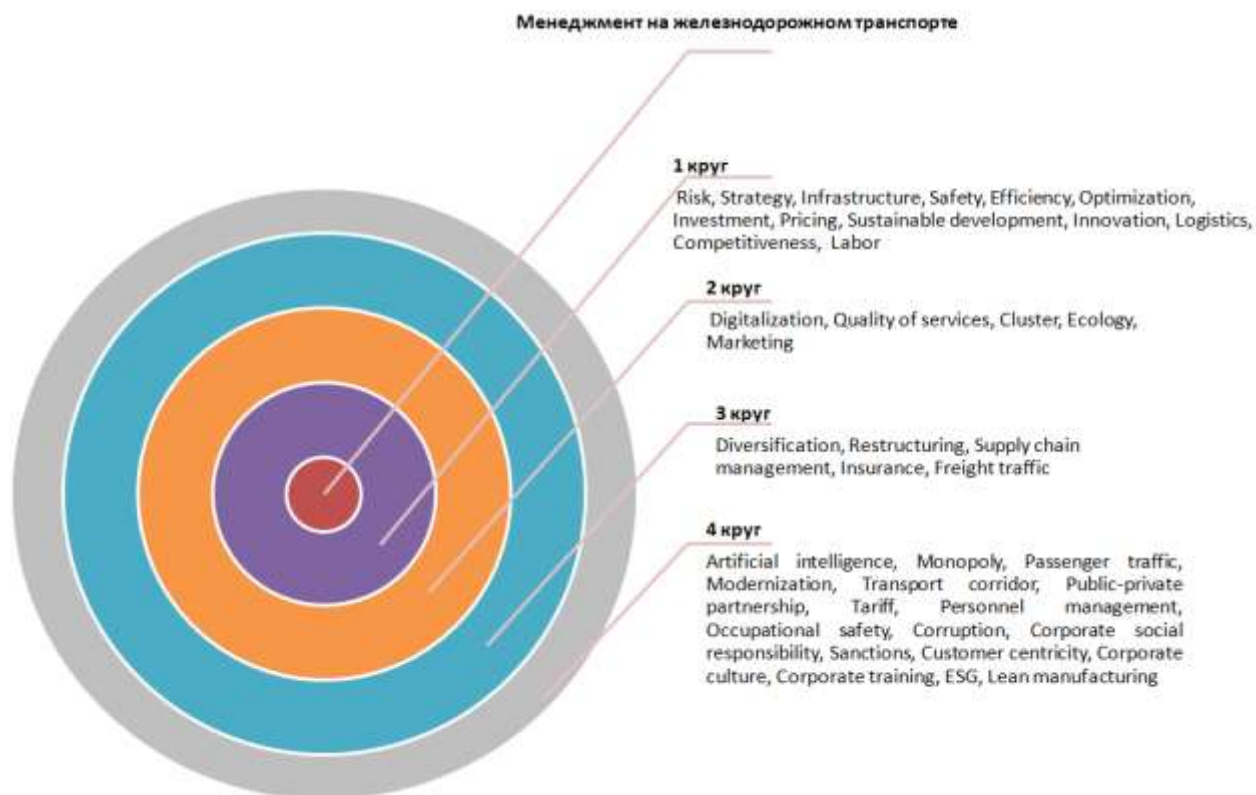


Рис. 6. Концептуальная контекстная модель менеджмента на железнодорожном транспорте (международная) (составлено автором)
Fig. 5. Conceptual contextual model of railway management (International Model) (compiled by the author)

Заключение (Conclusions).

Развитие менеджмента на железнодорожном транспорте во многом будет определяться той национальной моделью, которая получила распространение на территории определенного государства. Специфика менеджмента на железнодорожном транспорте будет зависеть от тех ключевых элементов и факторов, которым уделяется приоритетное внимание, либо с которыми связаны проблемы развития отрасли.

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

- Андреева Л.Ю., Сысоева Е.Ф. Инструменты антикризисного менеджмента транспортной компании (на примере ОАО «Российские железные дороги») // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2023. № 12 (163). С. 21-27.
- Асламова В.С., Умудова И.А. Анализ культуры безопасности ОАО «Российские железные дороги» // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. 2023. № 2 (78). С. 166-175. DOI 10.26731/1813-9108.2023.2(78).166-175.
- Барчуков А.В., Тищенко А.Е. Страховая защита филиала холдинга «Российские железные дороги» от технических и имущественных рисков // Транспорт Азиатско-Тихоокеанского региона. 2022. № 1 (30). С. 27-34.

Барчуков А.В., Тишутина О.И., Фещенко И.В. Оценка экономической ответственности подразделений и организация мотивирования персонала филиала Холдинга ОАО «Российские железные дороги» // Транспортное дело России. 2024. № 4. С. 76-79.

Варнавский В.Г. Железные дороги ЕС: вклад в решение проблем декарбонизации // Современная Европа. 2024. № 2 (123). С. 70-83. DOI 10.31857/S0201708324020062.

Егоров Ю.В. Оценка предварительных итогов реализации Комплексного плана модернизации и расширения магистральной инфраструктуры на железных дорогах России // Транспортное дело России. 2023. № 6. С. 325-327. DOI 10.52375/20728689_2023_6_325.

Журавлева Н.А., Никитин А.Б., Чеченова Л.М. Методология исследования соответствия пороговых значений экономической безопасности цифровых изменений российских железных дорог мировому уровню качества транспортных услуг // Транспортное дело России. 2023. № 6. С. 12-16. DOI 10.52375/20728689_2023_6_12.

Закирова Г.Т. Трансформация механизма стимулирования конкурентоспособности железных дорог в условиях цифровизации экономики // Развитие региональной и отраслевой экономики в условиях цифровизации: Монография / Под общей редакцией Л.М. Чернякевич и О.В. Порядиной. Йошкар-Ола: Поволжский государственный технологический университет, 2022. С. 195-204.

Кабанбаев Т.А. Роль государства в деятельности акционерного общества «Холдинг Австрийские железные дороги» и целесообразность приватизации естественной монополии // Экономика. 2015. № 3-4 (25). С. 43-51.

Кондратова Е.П. Актуальные аспекты стратегии цифровой трансформации холдинга «Российские железные дороги» // Вестник института тяги и подвижного состава. 2023. № 19. С. 59-62.

Красная Т.И. Тарифообразование на поставки грузов по железной дороге // Климатическая политика и низкоуглеродная экономика. Менеджмент. Социология. Экономика: Материалы 61-й Международной

научной студенческой конференции, Новосибирск, 17–26 апреля 2023 года. Новосибирск: Новосибирский национальный исследовательский государственный университет, 2023. С. 302-304.

Кукушкина М.А., Чернышова Л.И. Реструктуризация железных дорог // Актуальные проблемы общества, экономики и права в контексте глобальных вызовов: Сборник материалов XI Международной научно-практической конференции, Москва, 02 июня 2022 года / Редколлегия: Л.К. Гуриева [и др.]. Москва: Общество с ограниченной ответственностью «ИРОК». С. 213-216.

Мусаткина Б.В., Кашкина З.В. Экологические тренды в инновационном развитии ОАО «Российские железные дороги» // Академическая публицистика. 2024. № 5-2. С. 90-93.

Неумоин В.А., Катаева Л.Ю., Неумоина Е.Г. Оптимизация управления технологическими процессами инфраструктурного комплекса российских железных дорог // Современные наукоемкие технологии. 2024. № 3. С. 69-75. DOI 10.17513/snt.39948.

Никищенков С.А. О повышении эффективности инновационной деятельности на железных дорогах // Транспортное дело России. 2023. № 6. С. 45-47. DOI 10.52375/20728689_2023_6_44.

Пазойский Ю.О., Абдуллаев И.С. Методы и алгоритмы кластеризации сети железных дорог // Кочневские чтения – 2023: современная теория и практика эксплуатационной работы железных дорог: труды II-й Международной научно-практической конференции, Москва, 19–20 апреля 2023 года. Москва: Российский университет транспорта (МИИТ), 2023. С. 161-165.

Ромашева М.А., Королева В.И. Диверсификация деятельности транспортной компании на полигоне железной дороги как инструмент развития экономики региона // Проблемы антикризисного управления и экономики регионов (ПАУЭР-2023): Материалы IX Международной научно-практической конференции, Новосибирск, 01 декабря 2023 года. Новосибирск: Сибирский государственный университет путей сообщения, 2024. С. 74-79.

Суханов Г.И., Супруновский А.В., Баясгалан Д. Увеличение провозной способности железной дороги Монголии при создании новых транспортных коридоров // Современные технологии. Системный анализ. Моделирование. 2022. № 3(75). С. 120-129. DOI 10.26731/1813-9108.2022.3(75).120-129.

Тимофеева Е.Н., Кобылицкий А.Н. Особенности системы мотивации и оплаты труда в Дирекции социальной сферы Дальневосточной железной дороги // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. 2024. Т. 1. С. 533-535.

Фомина Е.А., Бажина А.И. Оценка эффективности деятельности железных дорог с применением рейтинговых показателей // Исследование путей развития научно-технического потенциала общества в стратегическом периоде: сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции, Ижевск, 24 ноября 2022 года. Стерлитамак: Агентство международных исследований, 2022. С. 149-151.

Холопов К.В., Соколова О.В. Как в России развивают конкуренцию на рынке естественной монополии (на примере Российских железных дорог) // Вестник транспорта. 2014. № 1. С. 2-6.

Чеченова Л.М. Ориентиры Российских железных дорог в стратегии устойчивого развития // Методология развития управления, экономики и образования: монография. Пенза: Автономная некоммерческая научно-образовательная организация «Приволжский Дом знаний», 2022. С. 73-82.

Эванс Н.Н., Воронина А.В., Хошафян О.С. Социальное партнерство на железных дорогах // Управление государственное, муниципальное и корпоративное: теория и лучшие практики: Материалы Пятой Международной научно-практической конференции, Ростов-на-Дону, 16–17 октября 2020 года / Редколлегия: А.Н. Гуда (пред.) [и др.]. Ростов-на-Дону: Ростовский государственный университет путей сообщения, 2020. С. 320-322.

Abdelatif, Aib, Rachid, Chaib, Smain, Aib and Ion, Verzea (2015), "Promoting a sustainable organizational culture in a company: The National Railway Transport Company",

Journal of Rail Transport Planning & Management, 5 (1), pp. 23-30, <https://doi.org/10.1016/j.jrtpm.2015.01.001>.

Azad, Nader, Hassini, Elkafi and Verma, Manish (2016), "Disruption risk management in railroad networks: An optimization-based methodology and a case study", *Transportation Research Part B: Methodological*, 85, pp. 70-88, <https://doi.org/10.1016/j.trb.2016.01.001>.

Bolaños, L., Gifford, J. and Kweun, Jeong Yun (2019), "Bankruptcy policy and surface transportation public-private partnerships: A comparative analysis of the U.S. and Europe", *Case Studies on Transport Policy*, 7 (2), pp. 185-195, <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2019.04.003>.

Crainic, T.G. (2021), "Service Network Design for Freight Railroads", in Vickerman, R. (ed.), *International Encyclopedia of Transportation*, Elsevier, pp. 464-470, <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102671-7.10469-5>.

Danielis, R. and Marcucci, E. (2002), "Bottleneck road congestion pricing with a competing railroad service", *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 38 (5), pp. 379-388, [https://doi.org/10.1016/S1366-5545\(01\)00021-7](https://doi.org/10.1016/S1366-5545(01)00021-7).

Gandhi, Nevil, Kant, Ravi, Thakkar, Jitesh J. and Shankar, Ravi (2024), "Prioritizing solutions to mitigate the risks due to adoption of intermodal railroad freight transportation for achieving sustainable development goals", *Journal of Cleaner Production*, 435, p. 140535, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140535>.

Landry, M. and Ozment, J. (2000), "Beyond marketing myopia: The service of small railroads", *Business Horizons*, 43 (6), pp. 36-40, [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(00\)80020-8](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(00)80020-8).

Laroche, F. (2024), "Goodbye monopoly: The effect of open access passenger rail competition on price and frequency in France on the high-speed Paris-Lyon line", *Transport Policy*, 147, pp. 12-21, <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2023.09.019>.

Lin, Chen-Yu, Blumenfeld, M., Gerstein, T., Barkan, C., Jack, A. and Abdurrahman, U. (2023), "International benchmarking of railroad safety data systems and performance – a cross-continental case study", *Journal of Rail Transport Planning & Management*, 26, p. 100384, <https://doi.org/10.1016/j.jrtpm.2023.100384>.

Li, Ping, Wang, Yujing, Li, Meng and Gao, Haoyu (2024), "The power of speed: High-speed railways and scientific research competitiveness in China", *Journal of Asian Economics*, 95, p. 101833, <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2024.101833>.

Li, Xuehan, Zhu, Minghao, Zhang, Boyang, Wang, Xiaoxuan, Liu, Zha and Han, Liang (2024), "A review of artificial intelligence applications in high-speed railway systems", *High-speed Railway*, 2(1), pp. 11-16, <https://doi.org/10.1016/j.hspr.2024.01.002>.

Lukianenko, N. (2022), "Epistemological research problems of rail transport as a social institution", *Transportation Research Procedia*, 63, pp. 1826-1833, <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.06.200>.

Matenga, A.E. and Mpofu, K. (2023), "Blockchain-based Product Lifecycle Management using Supply Chain Management for Railcar Remanufacturing", *Procedia CIRP*, 116, pp. 486-491, <https://doi.org/10.1016/j.procir.2023.02.082>.

Pittman, R. (2007), "Options for Restructuring the State-Owned Monopoly Railway", *Research in Transportation Economics*, 20, pp. 179-198, [https://doi.org/10.1016/S0739-8859\(07\)20007-1](https://doi.org/10.1016/S0739-8859(07)20007-1).

Simionescu, V. and Silviu G. (2016), "Assessing Sustainability of Railway Modernization Projects; A Case Study from Romania", *Procedia Computer Science*, 100, pp. 458-465, <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.09.182>.

Song, Yeon-Jung, and Kenichi, Shoji (2016), "Effects of diversification strategies on investment in railway business: The case of private railway companies in Japan", *Research in Transportation Economics*, 59, pp. 388-396, <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2016.07.022>.

Strong, J. S. (2024), "Operating innovation in North American railroads: Activist investors and precision scheduling railroading", *Case Studies on Transport Policy*, 15, p. 101164, <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2024.101164>.

Vokhidova, M. (2024), "The impact of the increase in the volume of freight turnover on the railways on exports", *Economic Development and Analysis*, 2 (3), pp. 157-166.

Yu, Kemei, Wu, Jianhong, Wang, Kun, Zhang, Anming, Zheng, Shiyuan, Wang, Yixiao and Li, Hongchang (2023), "Restructuring Chinese railways from a cost-efficient

perspective—A hedonic cost function analysis", *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 177, p. 103839, <https://doi.org/10.1016/j.tra.2023.103839>.

Zhang, Jingxiao, Cheng, Liyuan, Shao, Jinggan, Philbin, S.P. and Zhong, Meisu (2024), "Early warning system for determining the ecological health status of major railroad projects", *Ecological Indicators*, 166, p. 112318, <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2024.112318>.

Zhang, Lili and Zhong, Juandan (2024), "Transportation sector and Chinese stock volatility forecasting: Evidence from freight and passenger traffic", *Finance Research Letters*, 60, p. 104962, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104962>.

Zhu, Ruoyu, Tan, Kehu and Xin, Xiaohui (2024), "Speed up for sustainable development: High-speed rail and corporate ESG performance", *Energy Economics*, 138, p. 107821, <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2024.107821>.

References

Abdelatif, Aib, Rachid, Chaib, Smain, Aib and Ion, Verzea (2015), "Promoting a sustainable organizational culture in a company: The National Railway Transport Company", *Journal of Rail Transport Planning & Management*, 5 (1), pp. 23-30, <https://doi.org/10.1016/j.jrtpm.2015.01.001>.

Andreeva, L.Y. and Sysoeva, E.F. (2023), "Instruments of anti-crisis management of a transport company (on the example of JSC Russian Railways)", *Science and Education: Economy and Economics; Entrepreneurship; Law and Management*, (163), pp. 21-27.

Aslamova, V.S. and Umudova, I.A. (2023), "Analysis of the safety culture of JSC Russian Railways", *Modern Technologies. System Analysis. Modeling*, (78), pp. 166-175, DOI 10.26731/1813-9108.2023.2(78).166-175.

Azad, Nader, Hassini, Elkafi and Verma, Manish (2016), "Disruption risk management in railroad networks: An optimization-based methodology and a case study", *Transportation Research Part B: Methodological*, 85, pp. 70-88, <https://doi.org/10.1016/j.trb.2016.01.001>.

Barchukov, A.V. and Tishchenko, A.E. (2022), "Insurance protection of the branch of the Russian Railways holding company from technical and property risks", *Transport of the Asia-Pacific Region*, 1(30), pp. 27-34.

Barchukov, A.V., Tishutina, O.I. and Feshchenko, I.V. (2024), "Assessment of the economic responsibility of divisions and organization of motivation of the staff of the branch of the Holding of JSC Russian Railways", *Transport Business of Russia*, 4, pp. 76-79.

Bolaños, L., Gifford, J., Kweun, Jeong Yun (2019), "Bankruptcy policy and surface transportation public-private partnerships: A comparative analysis of the U.S. and Europe", *Case Studies on Transport Policy*, 7 (2), pp. 185-195, <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2019.04.003>.

Chechenova, L.M. (2022), *Landmarks of Russian railways in the strategy of sustainable development, Methodology of management, economics and education development*, Volga House of Knowledge, Penza, pp. 73-82.

Crainic, T.G. (2021), "Service Network Design for Freight Railroads", in Vickerman, R. (ed.), *International Encyclopedia of Transportation*, Elsevier, pp. 464-470, <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102671-7.10469-5>.

Danielis, R. and Marcucci, E. (2002), "Bottleneck road congestion pricing with a competing railroad service", *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 38 (5), pp. 379-388, [https://doi.org/10.1016/S1366-5545\(01\)00021-7](https://doi.org/10.1016/S1366-5545(01)00021-7).

Egorov, Yu.V. (2023), "Assessment of the preliminary results of the implementation of the Comprehensive Plan for the modernization and expansion of the mainline infrastructure on the railways of Russia", *Transport Business of Russia*, 6, pp. 325-327. DOI 10.52375/20728689_2023_6_325.

Evans, N.N. and Khoshafyan, O.S. (2020), "Social partnership on railways, State, municipal and corporate governance: theory and best practices", *Materials of the Fifth International Scientific and Practical Conference*, Rostov-on-Don, October 16-17, 2020, Guda, A.N. et al. (eds.), Rostov State University of Railway Engineering, Rostov-on-Don, pp. 320-322.

Fomina, E.A. and Bazhina, A.I. (2022), "Evaluation of the effectiveness of railways using rating indicators", *Research on ways to develop the scientific and technical potential of society in the strategic period*, Collection of Articles Based on the Results of the International Scientific and Practical

Conference, Izhevsk, November 24, 2022, Agency for International Studies, Sterlitamak, pp. 149-151.

Gandhi, Nevil, Kant, Ravi, Thakkar, Jitesh J. and Shankar, Ravi (2024), "Prioritizing solutions to mitigate the risks due to adoption of intermodal railroad freight transportation for achieving sustainable development goals", *Journal of Cleaner Production*, 435, p. 140535, <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.140535>.

Kabanbayev, T.A. (2015), "The role of the state in the activities of the Austrian Railways Holding JSC and the expediency of privatization of a natural monopoly", *Economy*, 3-4 (25), pp. 43-51.

Kholopov, K.V. and Sokolova, O.V. (2014), "How competition in the natural monopoly market is developed in Russia (on the example of Russian railways)", *Bulletin of Transport*, 1, pp. 2-6.

Kondratova, E.P. (2023), "Actual aspects of the digital transformation strategy of the Russian Railways Holding", *Bulletin of the Institute of Traction and Rolling Stock*, 19, pp. 59-62.

Krasnaya, T.I. (2023), "Tariff formation for the supply of goods by rail", *Climate Policy and Low-Carbon Economics. Management. Sociology. Economics*, Proceedings of the 61st International Scientific Student Conference, Novosibirsk, April 17-26, 2023, Novosibirsk National Research State University, Novosibirsk, pp. 302-304.

Kukushkina, M.A. and Chernyshova, L.I. (2022), "Restructuring of railways", *Current Problems of Society, Economics and Law in the Context of Global Challenges*, Collection of Materials of the 11th International Scientific and Practical Conference, Moscow, June 02, 2022, Gurieva, L.K. et al. (eds.), IROK LLC, Moscow, pp. 213-216.

Landry, M. and Ozment, J. (2000), "Beyond marketing myopia: The service of small railroads", *Business Horizons*, 43(6), pp. 36-40, [https://doi.org/10.1016/S0007-6813\(00\)80020-8](https://doi.org/10.1016/S0007-6813(00)80020-8).

Laroche, F. (2024), "Goodbye monopoly: The effect of open access passenger rail competition on price and frequency in France on the high-speed Paris-Lyon line", *Transport Policy*, 147, pp. 12-21, <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2023.09.019>.

Lin, Chen-Yu, Blumenfeld, M., Gerstein, T., Barkan, C., Jack, A. and Abdurrahman, U.

(2023), "International benchmarking of railroad safety data systems and performance – a cross-continental case study", *Journal of Rail Transport Planning & Management*, 26, p. 100384,

<https://doi.org/10.1016/j.jrtpm.2023.100384>.

Li, Ping, Wang, Yujing, Li, Meng and Gao, Haoyu (2024), "The power of speed: High-speed railways and scientific research competitiveness in China", *Journal of Asian Economics*, 95, p. 101833, <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2024.101833>.

Li, Xuehan, Zhu, Minghao, Zhang, Boyang, Wang, Xiaoxuan, Liu, Zha and Han, Liang (2024), "A review of artificial intelligence applications in high-speed railway systems", *High-speed Railway*, 2 (1), pp. 11-16, <https://doi.org/10.1016/j.hspr.2024.01.002>.

Lukyanenko, N. (2022), "Epistemological research problems of rail transport as a social institution", *Transportation Research Procedia*, 63, pp. 1826-1833, <https://doi.org/10.1016/j.trpro.2022.06.200>.

Matenga, A.E. and Mpofu, K. (2023), "Blockchain-based Product Lifecycle Management using Supply Chain Management for Railcar Remanufacturing", *Procedia CIRP*, 116, pp. 486-491, <https://doi.org/10.1016/j.procir.2023.02.082>.

Musatkina, B.V. and Kashkina, Z.V. (2024), "Ecological trends in the innovative development of JSC Russian Railways", *Academic Journalism*, 5-2, pp. 90-93.

Neumoin, V.A., Kataeva, L.Yu. and Neumoin, E.G. (2024), "Optimization of technological process management of the infrastructure complex of Russian railways", *Modern High-Tech Technologies*, 3, pp. 69-75. DOI 10.17513/snt.39948.

Nikishchenkov, S.A. (2023), "On improving the efficiency of innovative activities on railways", *Transport Business of Russia*, 6, pp. 45-47. DOI 10.52375/20728689_2023_6_44.

Pazoysky, Yu.O. and Abdullaev, I.S. (2023), "Methods and algorithms of clustering of the railway network", *Kochnev Readings 2023: Modern Theory and Practice of Operational Work of Railways*, Proceedings of the 2nd International Scientific and Practical Conference, Moscow, April 19-20, 2023, Russian University of Transport, Moscow, pp. 161-165.

Pittman, R. (2007), "Options for Restructuring the State-Owned Monopoly

Railway", *Research in Transportation Economics*, 20, pp. 179-198, [https://doi.org/10.1016/S0739-8859\(07\)20007-1](https://doi.org/10.1016/S0739-8859(07)20007-1).

Romasheva, M.A. and Koroleva, V.I. (2024), "Diversification of the activities of a transport company at the railway landfill as a tool for the development of the regional economy", *Problems of Anti-Crisis Management and Regional Economics (POWER-2023)*, Materials of the 9th International Scientific and Practical Conference, Novosibirsk, December 01, 2023, Siberian State University of Railway Engineering, Novosibirsk, pp. 74-79.

Simionescu, V. and Silvius G. (2016), "Assessing Sustainability of Railway Modernization Projects; A Case Study from Romania", *Procedia Computer Science*, 100, pp. 458-465, <https://doi.org/10.1016/j.procs.2016.09.182>.

Song, Yeon-Jung, and Kenichi, Shoji (2016), "Effects of diversification strategies on investment in railway business: The case of private railway companies in Japan", *Research in Transportation Economics*, 59, pp. 388-396, <https://doi.org/10.1016/j.retrec.2016.07.022>.

Strong, J. S. (2024), "Operating innovation in North American railroads: Activist investors and precision scheduling railroading", *Case Studies on Transport Policy*, 15, p. 101164, <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2024.101164>.

Sukhanov, G.I., Suprunovsky, A.V. and Bayasgalan, D. (2022), "Increasing the carrying capacity of the Mongolian railway when creating new transport corridors", *Modern Technologies. System Analysis. Modeling*, 3 (75), pp. 120-129. DOI 10.26731/1813-9108.2022.3(75).120-129.

Timofeeva, E.N. and Kobylitsky, A.N. (2024), "Features of the motivation and remuneration system in the Directorate of the Social Sphere of the Far Eastern Railway", *Scientific, Technical and Economic Cooperation of the APR Countries in the 21st Century*, 1, pp. 533-535.

Varnavsky, V.G. (2024), "Railways of the EU: contribution to solving the problems of decarbonization", *Modern Europe*, 2 (123), pp. 70-83. DOI 10.31857/S0201708324020062.

Vokhidova, M. (2024), "The impact of the increase in the volume of freight turnover on the railways on exports", *Economic Development and Analysis*, 2 (3), pp. 157-166.

Yu, Kemei, Wu, Jianhong, Wang, Kun, Zhang, Anming, Zheng, Shiyuan, Wang, Yixiao and Li, Hongchang (2023), "Restructuring

Chinese railways from a cost-efficient perspective—A hedonic cost function analysis”, *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 177, p. 103839, <https://doi.org/10.1016/j.tra.2023.103839>.

Zakirova, G.T. (2022), *Transformation of the mechanism for stimulating the competitiveness of railways in the context of digitalization of the economy. Development of regional and sectoral economy in the context of digitalization*, Monograph, in Chernyakevich, L.M. and Poryadina, O.V. (eds.), Volga State Technological University, Yoshkar-Ola, pp. 195-204.

Zhang, Jingxiao, Cheng, Liyuan, Shao, Jinggan, Philbin, S.P. and Zhong, Meisu (2024), “Early warning system for determining the ecological health status of major railroad projects”, *Ecological Indicators*, 166, p. 112318, <https://doi.org/10.1016/j.ecolind.2024.112318>.

Zhang, Lili and Zhong, Juandan (2024), “Transportation sector and Chinese stock volatility forecasting: Evidence from freight and passenger traffic”, *Finance Research Letters*, 60, p. 104962, <https://doi.org/10.1016/j.frl.2023.104962>.

Zhu, Ruoyu, Tan, Kehu and Xin, Xiaohui (2024), “Speed up for sustainable development: High-speed rail and corporate ESG performance”, *Energy Economics*, 138, p. 107821, <https://doi.org/10.1016/j.eneco.2024.107821>.

Zhuravleva, N.A., Nikitin, A.B. and Chechenova, L.M. (2023), “Methodology for the study of compliance of threshold values of economic security of digital changes of Russian railways with the world level of quality of transport services”, *Transport Business of Russia*, 6, pp. 12-16. DOI 10.52375/20728689_2023_6_12.

Информация об авторе

Благодатский Павел Валерьевич, докторант, доцент кафедры «Экономика труда и управление человеческими ресурсами, кандидат экономических наук

Information about the author

Pavel V. Blagodatsky, Doctoral Student, Associate Professor of the Department of Labor Economics and Human Resource Management, Candidate of Economic Sciences

Оригинальная статья
Original article

УДК 796.062

DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-1-0

Гуреева Е. А.

Государственная политика и методы ее реализации
в управлении российским массовым спортом

ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова»,
Стремянный пер., 36, Москва 115054, Россия
e-mail: gureeva.ea@rea.ru

ORCID: 0000-0003-1112-7616

Статья поступила 05 ноября 2024 г.; принята 06 декабря 2024 г.;
опубликована 30 декабря 2024 г.

Аннотация. В условиях растущих социально-экономических вызовов именно активное участие населения в спортивных мероприятиях, которые относятся к категории массового спорта, становится необходимым инструментом, с помощью которого государство способно обеспечить не только повышение уровня отдельных слоев населения, но и качества жизни жителей страны в целом. Именно в этих условиях особое значение приобретает государственная политика, направленная на обеспечение качественного управления массовым спортом. Автором статьи предложен новый подход к формированию стратегии развития массового спорта, в основе которого лежит структурная матрица государственной политики управления массовым спортом. Представлены результаты анализа основных понятий Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года и выявлены их противоречия. В ходе исследования установлены пробелы в текущей практике управления массовым спортом и обоснованы рекомендации по их устранению. Статья будет интересна исследователям и специалистам в области государственной управления и менеджмента спорта, а также государственным служащим, занимающимся вопросами физической культуры и спорта. Результаты работы способствуют более глубокому пониманию взаимосвязи между государственной политикой, финансированием, а также потребностями общества в массовом спорте, что в конечном итоге может привести к улучшению качества государственного управления массовым спортом.

Ключевые слова: государственная политика; массовый спорт; налоговые льготы; стратегия развития; управление спортом; физическая культура и спорт; финансирование

Для цитирования: Гуреева Е. А. Государственная политика и методы ее реализации в управлении российским массовым спортом // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. 2024. Т. 10. № 4. С. 138-155. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-1-0

UDC 796.062

Elena A. Gureeva

State policy and methods of its implementation in the management of Russian mass sports

Plekhanov Russian University of Economics,
36 Stremyanny Ln., Moscow 115054, Russia
e-mail: gureeva.ea@rea.ru

ORCID: 0000-0003-1112-7616

Abstract. In the context of growing socio-economic challenges, active participation in physical education and sports represents a necessary tool for improving the level and quality of life. In light of these developments, the role of public policy in guaranteeing the effective management of mass sports is becoming increasingly significant. The author proposes a novel methodology for formulating a strategy for the advancement of mass sports. The foundation of this approach is the formulation of a structural matrix for the state policy of mass sports management. The author of the article conducted an analysis of the fundamental concepts and pivotal terminology utilized in the Strategy for the Development of Physical Education and Sports of the Russian Federation up to the year 2030. Additionally, the article illuminates the discrepancies that exist between these concepts and terminology. During the course of the study, deficiencies in the current practice of mass sports management were identified, and recommendations for their elimination were substantiated. The article will be of interest to researchers, academic staff and civil servants engaged in public administration and sports management, who are dealing with the problems and contradictions in physical education and sports management. The article makes a contribution to the field of management science and provides a more nuanced understanding of the interrelationships between public administration, financing and funding, and societal needs in popular sports. Ultimately, this can inform improvements in the quality of public administration of mass sports.

Keywords: public policy; mass sports; tax benefits; development strategy; sports management; physical education and sports; funding

For citation: Gureeva, E. A. (2024), "State policy and methods of its implementation in the management of Russian mass sports", *Research Result. Business and Service Technologies*, 10 (4), pp. 138-155. DOI: 10.18413/2408-9346-2024-10-4-1-0

Введение (Introduction). Вопрос о том, что является необходимым фактором и движущей силой, способной обеспечить развитие массового спорта в России, достаточно часто вызывает однозначный ответ: это политика государства, направленная на стимулирование населения страны к физической активности, т.е. к занятиям массовым спортом. Именно массовый спорт, т.е. физическая культура, по своей сути выступает тем самым инструментом,

который посредством своего влияния на стимулирование населения к ведению здорового образа жизни способен обеспечить повышение и общих индикаторов социально-экономического состояния экономики страны в целом, поскольку речь идет о качественном и количественном составе трудоспособного населения и потенциале его развития. В условиях современных экономических и социальных вызовов эффективное управление массовым спортом требует

внимательного анализа существующих методов реализации государственной политики и оценки их влияния на результаты деятельности в данной сфере.

Следует отметить, что в современных научных исследованиях проблемы государственного управления массовым спортом рассматриваются в различном контексте. Так, Байкова У.С., Обливанцева Д.В. систематизируют особенности государственного управления в сфере спорта (Байкова, Обливанцева, 2021). Другие авторы уделяют внимание вопросам развития массового спорта, анализируя состояние спортивной инфраструктуры, ее особенности и возможности модернизации (Григорьева, Андреев, Поздняков, 2021). Корниенко Е.Л., Пруцков С.В. обобщают и систематизируют существующие в настоящее время направления государственной политики в сфере массового спорта и его менеджмента (Корниенко, Пруцков, 2015). Другие авторы пишут о необходимости критериальной оценки эффективности государственного управления (менеджмента) данной отраслью и предлагают авторскую разработку индикаторов и критериев оценки развития массового спорта (Андросова, Михайлова, 2019). Акимов О.А., Кулбаев А.Т., Мырзабосынов Е.К. и др. выделяют методы и способы повышения эффективности региональной политики, направленной на развитие массового спорта (Akimov, Kulbayev, Myrzabosynov et al., 2023).

Достаточно много актуальных исследований посвящено проблематике нормативно-правового регулирования отрасли массового спорта. В частности, российские эксперты достаточно подробно систематизируют существующие проблемные области в сфере нормативно-правового регулирования массового спорта в России. Об этом пишут Иванов В.Д., Смирнова В.З., Райн М.А. (Иванов, Смирнова, Райн, 2017). Другие авторы

также обращают свое внимание на нормативные аспекты и концентрируются на конституционных основах нормативно-правового регулирования и управления массовым спортом в нашей стране (Бондаренко, 2022). Подчеркивая важность массового спорта для развития государства в целом, Рибич И.Е. пишет о том, что правовые аспекты управления и регулирования развития массового спорта следует рассматривать в качестве ключевого направления при разработке стратегии устойчивого развития государства страны (Рибич, 2015).

Многих российских и иностранных авторов интересует специфика государственного управления в отрасли массового спорта в зарубежных странах. В частности, этой проблематике посвящены научные исследования таких авторов, как Маркова А.С. (Маркова, 2022), Тюриков Р.А. (Тюриков, 2017), Абрамян Л. (Abrahamyan, 2024), Бегович М., Мициак М., Шарлак М., Кубина М., Вармус М. (Begovic, Miciak, Šarlák, Kubina, Varmus, 2024), Сильва Кавьедес П.Ф. (Silva Caviedes, 2024), Фуртадо С., де Соуза Х.В., Меззадри Ф. (Furtado, de Souza, Mezzadri, 2024), Цзян Л., Пан Х., Чжан Ю., Цуй К., Хэ Дж., Гао Ю. (Jiang, Pan, Zhang, Cui, He, Gao, 2024), Ян Х., Джохар М. (Yan, Johar, 2024).

Тем не менее исследовательский интерес представляет анализ основных понятий Стратегии развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года, выявление их противоречий и разработка новых методов и подходов к формированию стратегических направлений перспективного развития и совершенствования отрасли массового спорта.

Цель исследования (The aim of the work) – путем анализа существующих методов воплощения в жизнь государственной политики в области управления массовым спортом предложить новый подход к формированию стратегии

развития массового спорта, в основе которого лежит структурная матрица государственной политики управления массовым спортом.

Материалы и методы исследования (Materials and Methods). В статье нашел применение следующий научно-исследовательский инструментарий: анализ, синтез, обобщение и систематизация, контент-анализ научной литературы, графическая интерпретация. Основой информационной базы исследования послужили научные исследования российских и зарубежных авторов, посвященные проблемам государственного управления массовым спортом, а также нормативно-правовые акты Российской Федерации, включая:

–Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации»;

–Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации до 2030 года и др.

Результаты исследования и их обсуждение (Results and Discussion). Отрасль массового спорта можно рассматривать как сложную социально-экономическую систему. И, как и для любой системы, для массового спорта особое значение имеет обеспечение устойчивого развития. Особенностью массового спорта как системы является невозможность его существования без внешнего воздействия, осуществляемого и реализуемого государством в рамках проводимой им политики в сфере управления и развития физической культуры и массового спорта. Именно эта политика способствует формированию условий для поддержания и роста массового спорта, обеспечивая организацию, финансирование и регулирование всех его аспектов.

Если обратиться к теоретическим трактовкам концепта «государственная политика», то можно отметить, что в рамках различных школ управления этот концепт трактуется немного по-разному. Так, в рамках школы классического менеджмента под государственной политикой понимаются функции регулирования, управления, планирования, организации, мотивации и контроля. В рамках школы государственного администрирования (государственного управления) под государственной политикой понимается процесс, прежде всего, административного управления, включая саму деятельность органов государственной власти и ее реформирование. В рамках теории институционализма государственная политика рассматривается в контексте формирования институциональных структур с учетом существующих обычаев, традиций, норм, правил и культурных особенностей. Согласно важнейшему постулату теории разумного выбора, государственная политика – это комплексный набор решений, направленных на то, чтобы в условиях ограниченности экономических и информационных ресурсов обеспечить создание условий для максимизации общественного блага. И, наконец, в соответствии с положениями школы субъектного управления под государственной политикой следует понимать некий конечный результат, который достигается вследствие партнерского взаимодействия.

На рисунке 1 систематизированы основные функции государственной политики, которые присутствуют в различных рассмотренных нами выше школах управления.

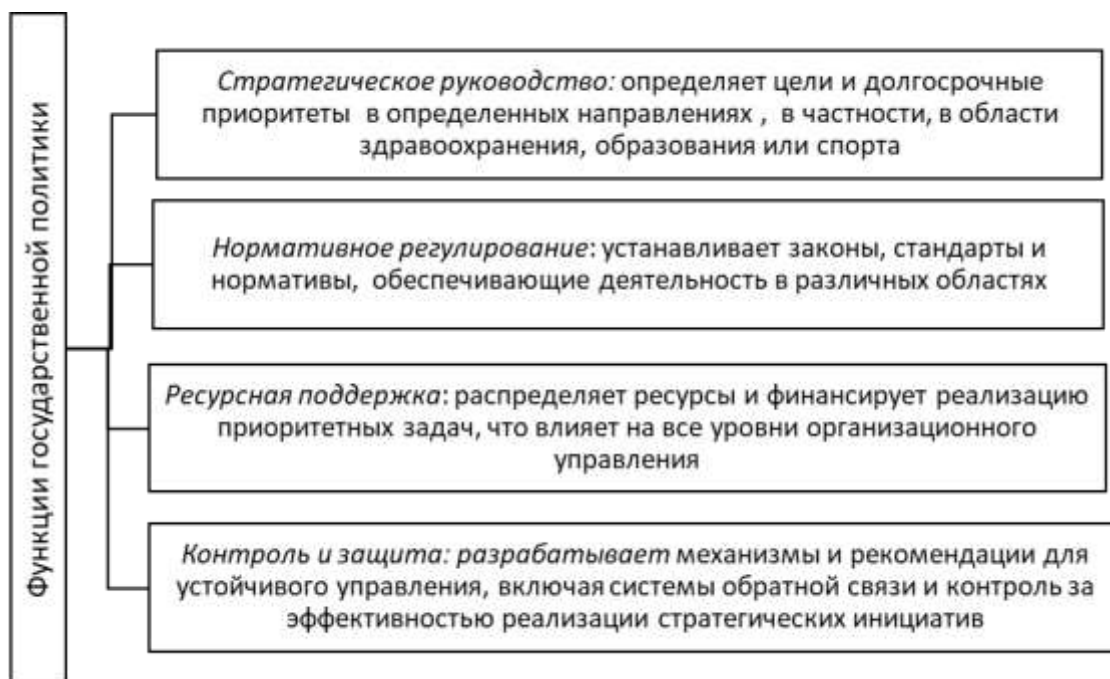


Рис. 1. Функции государственной политики (составлено автором)

Fig. 1. Functions of public policy (compiled by the author)

В Российской Федерации, стране с богатейшей историей и своими традициями в сфере управления, в том числе государственного, сформировалась своя школа государственной политики. На наш взгляд, представляется возможным выделить следующие постулаты, характерные для российской школы государственной политики:

1. Государство – это стратег;
2. Государство – это главный субъект управления;
3. Государство обеспечивает общественное благо;
4. Государство обеспечивает социальную стабильность;
5. Государство защищает национальную безопасность;
6. Государство реализует долгосрочные проекты;
7. Государство обеспечивает координацию и взаимосвязь государственных интересов с частными.

Если обратиться к государственной политике в сфере массового спорта, то можно обосновать несколько ключевых постулатов, выделяемых в рамках

рассматриваемой нами российской школы государственной политики:

1. Роль государства как стратега заключается в обеспечении контроля за ключевыми секторами экономики;
2. В основе государственной политики – социальный приоритет;
3. Государство гарантирует населению удовлетворение базовых общественных потребностей;
4. Государство обеспечивает защиту суверенитета;
5. Государственная политика реализуется и трансформируется в условиях интеграции и глобализации;
6. Государство способно адаптироваться, т.е. «гибко» трансформировать свою политику с учетом новых вызовов и угроз.

На наш взгляд, в основе реализации государственной политики управления массовым спортом в Российской Федерации должен лежать экосистемный подход, в основе которого лежит идея о том, что разработка и реализация стратегии развития массового спорта

должны быть направлены на создание устойчивой экосистемы массового спорта, находящейся под регулятивным воздействием государственной политики, т.е. государство здесь является главным субъектом. Здесь наша точка зрения совпадает с мнением Отио Е. и Томаса Л. описывавших взаимосвязь между равнозначимыми производителями и потребителями в экосистемах (Autio, Thomas, 2014: 204–228).

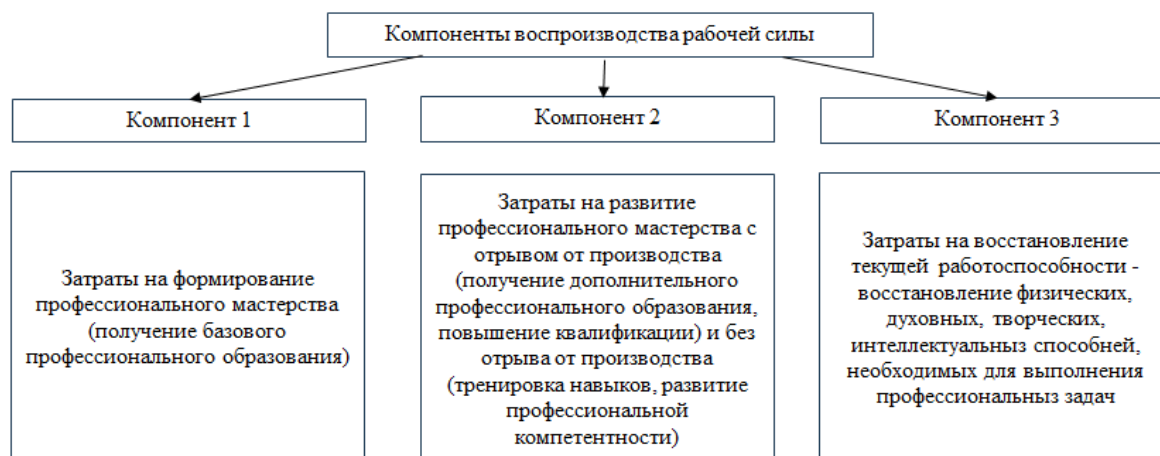
Важно отметить, что массовый спорт во многом представляет собой уникальную экосистему: она является открытой; в ней много участников; сложно установить ее границы; в результате создаются уникальные ценности – услуги. Например, В. Акбердина и Е. Василенко отмечают следующие ключевые характеристики, свойственные для экосистемы услуг: относительная самостоятельность; саморегулируемость; наличие акторов, которые связаны и взаимодействуют между собой посредством общих институциональных механизмов, при этом цель акторов – это создание общей ценности за счет объединения ресурсов и обмена услугами (Акбердина, Василенко, 2021: 437).

Возвращаясь к роли государства в экосистеме массового спорта, отметим, что оно, в первую очередь, заинтересовано в обеспечении экономической системы трудовыми ресурсами в достаточном количестве и достаточном качестве, включая уровень подготовки и работоспособности. Причем для государства чрезвычайно важно создать такие условия, чтобы обеспечивалось не простое, а расширенное воспроизводство трудовых ресурсов. Чтобы обеспечить и поддерживать такую работоспособность, необходимо постоянно создавать, восстанавливать и развивать физические,

духовные, творческие, интеллектуальные способности и навыки человека к труду. Кроме того, для расширенного воспроизводства трудовых ресурсов необходимым является организация непрерывного обучения, направленного на то, чтобы поддерживать и повышать профессиональный и квалификационный уровень (Сигова, 2009: 21). Если обратиться к постулатам классической политэкономии, то можно отметить, что экономисты-классики, говоря о воспроизводстве трудовых ресурсов, имели в виду в основном затраты на приобретение профессиональных навыков, на их развитие, а также на сохранение и поддержание достаточного уровня работоспособности (Петти, 1940; Смит, 1908; Рикардо, 2007). Традиционный подход К. Маркса, Ф. Энгельса, в рамках которого рассматривается процесс воспроизводства трудовых ресурсов, также базируется на концепции издержек производства. В частности, «труд, который имеет значение более высокого, более сложного труда по сравнению со средним общественным трудом, есть проявление такой рабочей силы, образование которой требует более высоких издержек, производство которой стоит большего рабочего времени, и которая имеет поэтому более высокую стоимость, чем простая рабочая сила» (Маркс, Энгельс, 1982: 385).

На наш взгляд, в отношении воспроизводства рабочей силы следует применять трехкомпонентный подход (рис. 2):

- | | |
|--------------------------------------|-----|
| 1. Компонент
(образовательный); | № 1 |
| 2. Компонент
(профессиональный); | № 2 |
| 3. Компонент
(восстановительный). | № 3 |



**Рис. 2. Затратные компоненты воспроизводства рабочей силы
(составлено автором)**

Fig. 1. Cost components of labor force reproduction (compiled by the author)

Именно в рамках третьего восстановительного компонента занятия массовым спортом могут выступать в качестве необходимого инструмента воспроизводства рабочей силы.

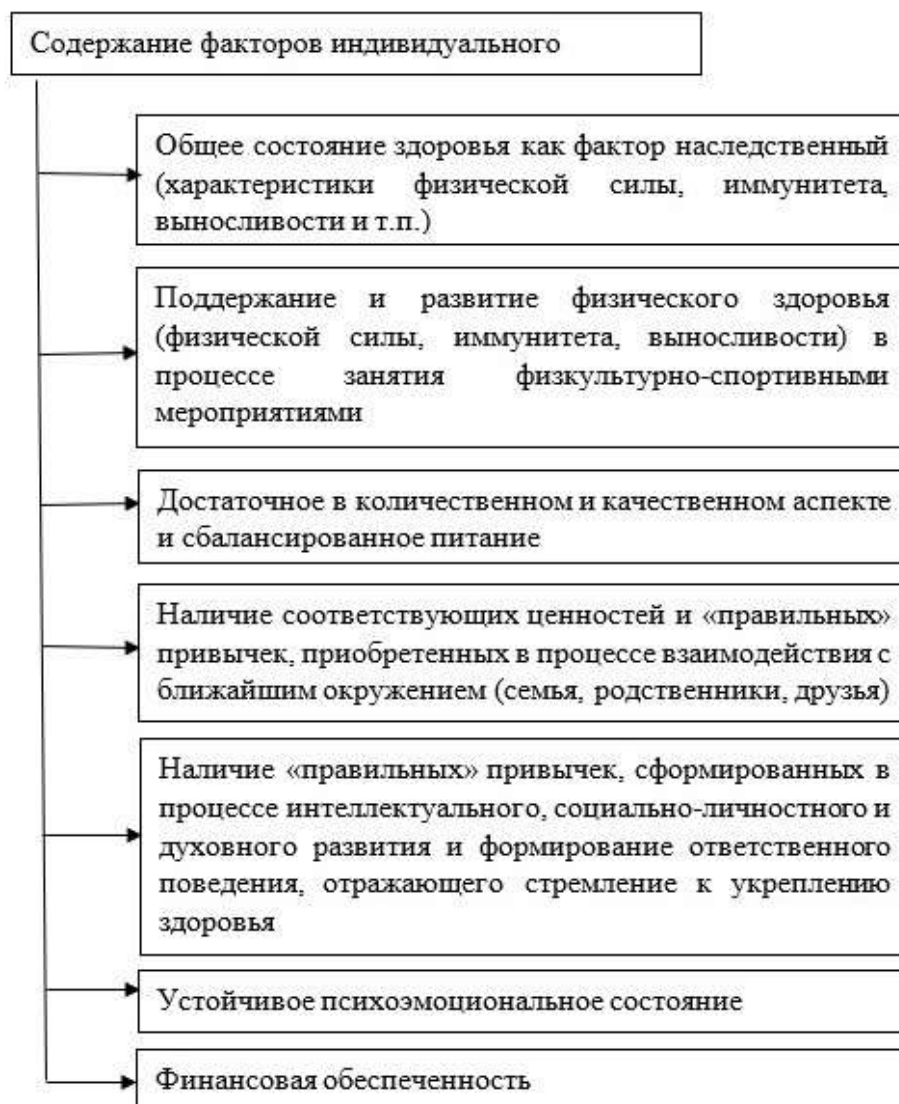
Отметим, что еще основоположник теории научного управления Ф. Тейлор определил, что если руководство предприятия обеспечит оптимальное чередование работы и отдыха, то производительность труда может увеличиться в четыре раза без снижения работоспособности (Тейлор, 1992: 113). Современные экономисты, в том числе маржиналисты, указывают на необходимость соблюдения следующего правила: «Отдыхать следует до того момента, пока не наступит ощущение усталости». По сути, это правило, лежит в основе закона предельной производительности (Грязнова, Юданов, 2015: 246–252), (Нуреев, 2005: 158–161), (Райзберг, 2020: 189), более того, оно подтверждается положениями общей физиологии в целом и физиологии труда, в частности. Что касается нормативно-правовой регламентации, то режим труда и отдыха в Российской Федерации регулируется, во-первых, положениями Трудового кодекса, а во-вторых,

Методическими рекомендациями МР 2.2.9.2311-07.2.2.9 от 18.12.2007 (П. 8).

Тем не менее на здоровье и работоспособность трудовых ресурсов негативное влияние оказывает тот факт, что профессиональная деятельность является чрезвычайно энергозатратным процессом, который может для кого-то регулярно, а для кого-то время от времени приводить к снижению уровня удовлетворенности жизнью (Антипина, Кривицкая, 2022: 54).

Каждый человек поддерживает свою работоспособность строго индивидуально, но под влиянием целого ряда факторов: общих (факторов внешней среды, включая государственную, региональную и муниципальную политику) и индивидуальных (прежде всего, психофизиологических и социально-личностных особенностей). На рисунке 3 представлена содержательная характеристика индивидуальных факторов, влияющих на поддержание работоспособности трудовых ресурсов.

Что касается общественных факторов поддержания работоспособности, то эти факторы подлежат государственному контролю и регулированию в рамках разрабатываемой государственной политики (рис. 4).



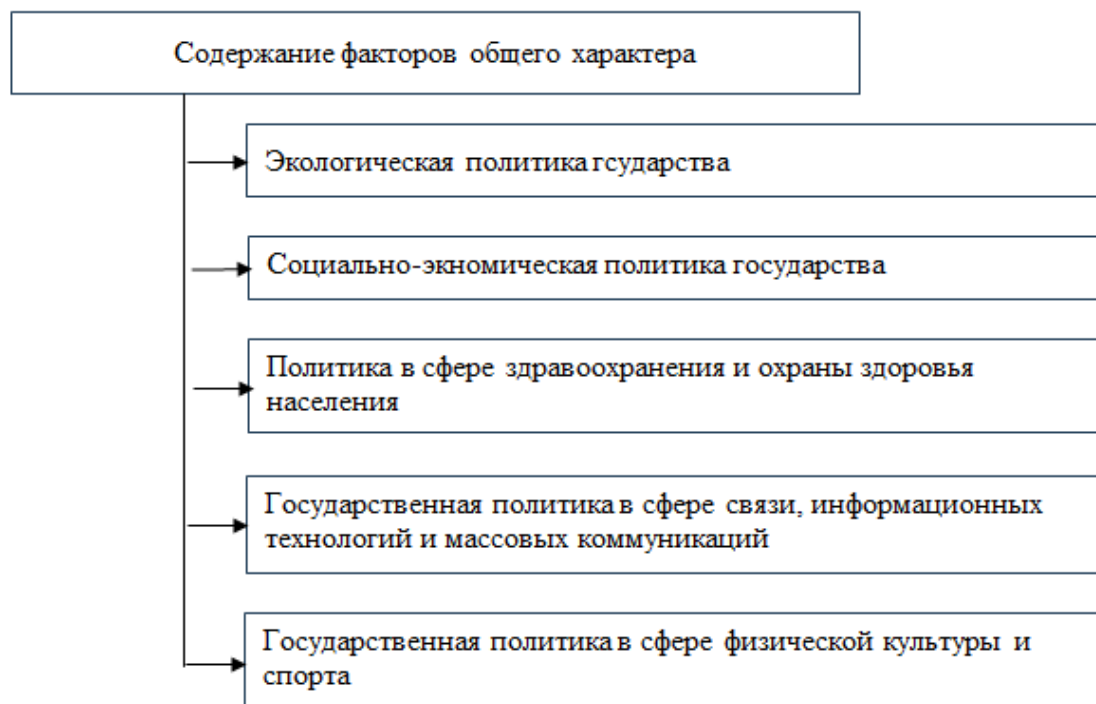
**Рис. 3. Индивидуальные факторы работоспособности
(составлено автором)**

Fig. 3 Individual factors of work capacity (compiled by the author)

Еще раз отметим, что в рамках нашего исследования, принимая во внимание обоснованные выше положения и постулаты, под государственной политикой в целом мы предлагаем понимать набор стратегических решений и инициатив государства, реализация которых нацелена на достижение целей устойчивого развития общества, включая

социально-экономические и культурные аспекты.

При этом мы предлагаем следующее определение концепта «государственная политика в управлении массовым спортом»: это комплекс принимаемых государством мер и инициатив по развитию массового спорта и их популяризации среди широких масс населения.



**Рис. 4. Общественные факторы работоспособности
(составлено автором)**

Fig. 4. Societal factors of workability (compiled by the author)

Реализация этого комплекса мер и инициатив нацелена на достижение следующих целей и задач:

- 1) поддержание здоровья населения страны;
- 2) повышение доступности занятий физическими упражнениями и массовым спортом для всех слоев населения;
- 3) формирование спортивной культуры в обществе;
- 4) создание доступной, инклюзивной и устойчивой спортивной среды;
- 5) популяризация активного образа жизни среди населения;
- 6) развитие спортивной инфраструктуры;
- 7) стимулирование участия в спорте, в том числе путем предоставления субсидий, грантов и льгот и прямой поддержки спортивных мероприятий.

Говоря о нормативно-правовых основах регулирования деятельности в области массового спорта в России, следует указать на то, что в принятых и действующих в данной области

нормативных документах можно обнаружить разночтения в отдельной терминологической базе, например, в трактовке таких ключевых терминов, как «спорт», «массовый спорт», «физическая культура», «спортивная инфраструктура» и т.д. Все это может привести к проблемам в процессе организации спортивных мероприятий в целом и в выделении финансовых средств, в частности.

Отметим, что действующая в нашей стране Стратегия развития физической культуры и спорта в Российской Федерации на период до 2030 года (далее – Стратегия) представляет собой координирующий нормативно-правовой акт в области разработки и последующей реализации стратегии управления и развития массового спорта на трех уровнях: федеральном, региональном и муниципальном. Тем не менее по итогам проведенного анализа мы можем отметить наличие в данной Стратегии некоторых противоречий и неточностей в части понятийного и методологического аппарата (табл. 1).

Таблица 1

Анализ противоречий ключевых концептов Стратегии развития физической культуры и спорта до 2030 года (составлено автором)

Table 1

Analysis of the key concepts and their contradictions of the Strategy for the Development of Physical Culture and Sports until 2030 (compiled by the author)

Определение	Базовое понятие	Определение в Стратегии	Противоречие
Физическая культура	Ориентирована на общее физическое развитие, оздоровление и активность всех слоев населения	Включает массовый спорт и подготовку к спорту высших достижений, что создает неопределенность между оздоровительной и спортивной направленностью	Смешение функций физической культуры и спорта затрудняет распределение ресурсов и определение приоритетов для каждого направления
Массовый спорт	Доступная физическая активность, направленная на улучшение здоровья, социализацию, укрепление командного духа, для отдыха и развлечения	Используется как термин для обозначения спортивной активности всех уровней, включая подготовку к профессиональному спорту	Размывается граница между массовым спортом как частью физической культуры и началом подготовки спортсмена к спорту высших достижений
Спорт высших достижений	Профессиональный спорт, ориентированный на высокие результаты и выступления на международных соревнованиях	Включает упоминания о массовом спорте как об источнике серьезных резервов, которые создают смешанные ситуации с подготовкой любителей	Неясное различие между массовым спортом и высшими достижениями в спорте, что приводит к неопределённости в задачах и финансировании

На наш взгляд, в Российской Федерации необходимо обеспечить согласование и унификацию базового терминологического аппарата в сфере управления массовым спортом. Для этого

представляется возможным рекомендовать применение структурной матрицы государственной политики управления массовым спортом (табл. 2).

Таблица 2

Структурная матрица государственной политики управления массовым спортом (составлено автором)

Table 2

Structural matrix of the state policy of mass sports management (compiled by the author)

Элемент	Описание	Временной горизонт	Уровень управления	Фокус на результат	Формула	Примеры
Государственная политика	Задаёт стратегические приоритеты усилий государства по возрождению и развитию массового спорта	Долгосрочный	Национальный, стратегический	Определить ценность блага для общества через улучшение качества жизни и здоровья населения	Почему это важно	Поддержка массового спорта для развития и сбережения здоровья нации
Цели	Долгосрочные результаты, в пределах границ политики, формирующие стратегическое видение	Долгосрочный	Национальный, стратегический	Повышение уровня здоровья, работоспособности и активности населения	Что должно было быть достигнуто	Увеличение уровня физической активности и продолжительности жизни населения
Задачи	Конкретные шаги и результаты для достижения целей	Среднесрочный	Национальный, региональный	Реализация поставленных целей	Что должно быть сделано	Создание спортивной одежды, увеличение количества мероприятий
Функции	Постоянные виды деятельности для поддержания политики	Долгосрочный	Операционный, организационный	Обеспечение стабильности и непрерывности развития массового спорта	Как будет поддерживаться стабильность	Контроль реализации основных программ, мониторинг уровня вовлеченности

Направления	Ключевые приоритеты и области реализации политики	Долгосрочный, стратегический	Национальный, региональный	Определение стратегической ценности и эффекта воздействия и для учета приоритетных направлений	Куда направлены усилия	Популяризация здорового образа жизни и физической активности
Принципы	Базовые нормы и ценности, обеспечивающие этику через справедливость, доступность и устойчивость	Постоянный	Весь управленческий цикл	Справедливость, равенство, инклюзивность гармонизируют государственную и спортивную этику и поддерживают ценность	Почему важен каждый аспект политики	Доступность спорта для всех, равенство возможностей
Методы	Конкретные способы и подходы для выполнения задач	Краткосрочный, тактический	Региональный, муниципальный	Создают операционную и тактическую ценность конкретных действий для достижения целей	Как будет достигнут результат	Информирование населения, поддержка спортивных организаций
Механизмы	Практические инструменты для реализации методов	Краткосрочный, тактический	Муниципальный, организационный	Создают операционную и тактическую ценность конкретных действий для достижения целей	Какие инструменты будут использоваться	Система грантов и субсидий, налоговые льготы для организаций отрасли
Мероприятия	Конкретные действия и события, направленные на выполнение задач	Краткосрочный, оперативный	Местный, муниципальный	Создают социальную ценность, служат узлами связей различных участников	Какие конкретные шаги будут предприняты	Проведение массовых спортивных мероприятий, строительство спортивных сооружений

Предлагаемая структурная матрица государственной политики управления массовым спортом представляет собой системный методологический инструмент, с помощью которого можно сравнивать и анализировать терминологию в сфере управления массовым спортом, выстраивать четкую иерархию изучаемых понятий и в конечном итоге обеспечивать разработку унифицированного понятийного аппарата, который должен стать основой комплексной государственной политики в сфере управления массовым спортом.

Несомненно, российское государство предпринимает достаточно много усилий на всех уровнях управления (на федеральном, региональном и муниципальном) для обеспечения популяризации и устойчивого развития интереса населения к занятиям массовым спортом в стране. Однако несмотря на все усилия, решить все проблемы, существующие в данной сфере, пока невозможно. Эти проблемы касаются необходимости обеспечения финансирования, подготовки кадров для отрасли, а также модернизации инфраструктуры (Иванов, Смирнова, Райн, 2017: 108–111).

Особое внимание, на наш взгляд, следует уделить вопросам финансирования массового спорта. Именно посредством механизма финансирования возможно обеспечить решение большинства проблем, существующих в сфере развития массового спорта, включая и кадровое обеспечение, и обновление, и создание инфраструктуры. В России массовый спорт финансируется в рамках государственных и муниципальных программ. Представляется, что именно разработка и реализация муниципальных программ развития массового спорта способна оказать положительный эффект в части привлечения населения к занятиям физической активностью. В рамках муниципальных программ необходимо тщательно проработать вопросы

обеспечения граждан необходимыми спортивными сооружениями для занятий физической активностью и массовым спортом как на открытом воздухе, так и в закрытых помещениях на бесплатной основе, а также разработать механизм организации некоммерческих физкультурно-спортивных клубов по месту жительства или работы. Все перечисленное выше относится к сфере деятельности органов местного самоуправления (Тюриков, 2017).

Если перейти на уровень выше, то следует отметить, что на региональном уровне деятельность в области массового спорта регулируется Федеральным законом от 04.12.2007 № 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» и приказом Министерства спорта Российской Федерации от 30.06.2021 г. № 503 «Об утверждении порядка разработки и представления общероссийскими спортивными федерациями в Министерство спорта Российской Федерации программ развития соответствующих видов спорта в Российской Федерации». Данные нормативно-правовые акты не только устанавливают права и обязанности региональных спортивных федераций (ст. 16.1 Федерального закона № 329-ФЗ), но и предлагают показатели и индикаторы для оценки деятельности спортивных федераций, направленной на поддержку и развитие конкретного вида спорта (раздел 2.4 приказа Министерства спорта Российской Федерации от 30.06.2021 г. № 503). В частности, такими количественными индикаторами выступают:

- 1) мероприятия, направленные на стимулирование развития конкретного вида спорта в рамках массовых занятий (количество);
- 2) физкультурно-оздоровительные мероприятия для граждан всех возрастов (количество).

Как уже отмечалось выше, важнейшим вопросом организации управления деятельностью в области массового спорта выступает выделение финансовых средств на его развитие. На наш взгляд, учитывая общие аспекты регулирования и поддержки предпринимательской деятельности, для предприятий и организаций, осуществляющих деятельность в области массового спорта, может оказаться полезным налоговое стимулирование. В качестве таких налоговых стимулов можно предложить предоставление налоговых льгот (каникул) по земельному налогу для предприятий и организаций, осуществляющих строительство инфраструктурных объектов в сфере массового спорта. Кроме того, интерес могут представлять и неналоговые льготы, например, в виде предоставления на безвозмездной основе государственного или муниципального имущества в пользование тем предпринимателям, которые организуют спортивные мероприятия на регулярной основе, включая создание спортивных клубов и секций.

Заключение (Conclusions). Развитие массового спорта, способствуя укреплению здоровья нации, формированию патриотизма и социальной активности граждан, является частью расширенного воспроизводства трудовых ресурсов в государстве. Именно поэтому государственная политика в области управления массовым спортом имеет огромное значение для обеспечения устойчивого развития российского общества.

Однако существует ряд проблем, с которыми сталкиваются органы власти при реализации государственной политики в этой области. Недостаточное финансирование, недостаточно эффективное управление, отсутствие механизмов мониторинга и эффективной оценки результатов – все это создает

препятствия на пути к развитию массового спорта в России.

Для решения обозначенных выше проблем необходимо совершенствовать механизмы государственного управления развитием массового спорта. Важно сосредоточить усилия на повышении эффективности расходования бюджетных средств, проведении системного анализа результатов деятельности, улучшении мониторинга и оценки влияния государственной политики в сфере развития массового спорта.

Отдельного внимания заслуживают вопросы совершенствования законодательства, в том числе в части унификации терминологического и методологического аппарата.

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

Федеральный закон от 04.12.2007 № 329-ФЗ (ред. от 25.12.2023) «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.01.2024). URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_L_AW_73038/9ad54ad980157e88dbbaf19a21d1470c425d3935/ (дата обращения: 26.11.2024).

Акбердина В.В., Василенко Е.В. Инновационная экосистема: теоретический обзор предметной области // Журнал экономической теории. 2021. Т. 18. № 3. С. 462–473. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2021.18-3.10>.

Андросова Г.А., Михайлова Е.Я. Критерии эффективности государственного управления отраслью физической культуры и спорта // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2019. Т. 4. № 2. С. 128–133.

Антипина О.Н., Кривицкая А.Д. Экономика и счастье в России // Вопросы экономики. 2022. № 8. С. 54.

Байкова У.С., Обливанцева Д.В. Особенности государственного управления в

сфере спорта // Евразийский юридический журнал. 2021. № 10 (161). С. 423–424.

Бондаренко О.А. Конституционные основы правового регулирования физической культуры и спорта в России // Физическое воспитание и спортивная тренировка. 2022. № 2 (40). С. 129–133.

Григорьева В.В., Андреев Н.В., Поздняков К.К. Особенности и приоритеты развития инфраструктуры массового спорта // Вестник Алтайской академии экономики и права. 2021. № 10-3. С. 225–230. DOI 10.17513/vaael.1911.

Иванов В.Д., Смирнова В.З., Райн М.А. Проблемы правового регулирования физической культуры и спорта в Российской Федерации // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. 2017. Т. 2. № 2. С. 108–111.

Карнеги Д. Как перестать беспокоиться и начать жить. М.: Издательство АСТ, 2024.

Корниенко Е.Л., Пруцков С.В. Проблемы и перспективы развития государственной политики в области управления физической культурой и массовым спортом в Российской Федерации // Научный альманах. 2015. № 11-1(13). С. 307–310. DOI 10.17117/na.2015.11.01.307.

Маркова А.С. Аспекты государственного управления в сфере физической культуры и спорта в ряде зарубежных стран // Ученые записки университета им. П.Ф. Лесгафта. 2022. № 7(209). С. 256–262. DOI 10.34835/issn.2308-1961.2022.7.

Маркс К., Энгельс Ф. Капитал. Т. 1 // Соч. 2-е изд. М., 1982.

Микроэкономика: теория и российская практика / под ред. А.Г. Грязновой, А.Ю. Юданова. 10-е изд. М.: КНОРУС, 2015.

Нуреев Р.М. Курс микроэкономики: учебник для вузов. 2-е изд., изм. М.: Норма, 2005.

Петти У. Экономические и статистические работы; пер. под ред. М. Смит; предисл. Д. Розенберга. М.: Соцэкгиз, 1940. XXVIII. – 324 с.

Приказ Министерства спорта Российской Федерации от 30.06.2021 года № 503 «Об утверждении порядка разработки и представления общероссийскими спортивными федерациями в Министерство спорта Российской Федерации программ развития соответствующих видов спорта в Российской Федерации». URL:

<https://docs.cntd.ru/document/608191555?marker=65201M> (дата обращения: 26.11.2024).

Райзберг Б.А. Прикладная экономика: учебное пособие. 4-е изд. М.: Лаборатория знаний, 2020.

Распоряжение Правительства РФ от 24 ноября 2020 г. № 3081-р «Об утверждении Стратегии развития физической культуры и спорта в РФ на период до 2030 года». URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74866492/> (дата обращения: 26.11.2024).

Рекомендации к организации режимов труда и отдыха для работников физического труда. Состояние здоровья работающих в связи с состоянием производственной среды. Профилактика стрессового состояния работников при различных видах профессиональной деятельности. Методические рекомендации МР 2.2.9.2311-07. URL: <https://sudact.ru/law/mr-2292311-07-229-sostoianie-zdorovia-rabotaiushchikh-v-metodicheskie-rekomendatsii/> (дата обращения: 26.11.2024).

Рибич И.Е. Правовое регулирование государством развития физической культуры и спорта – доминирующее направление управленческой стратегии страны // Политическое управление: научный информационно-образовательный электронный журнал. 2015. № 2 (10). С. 30–37.

Рикардо Д. Начала политической экономии и налогового обложения; Избранное = Principles of Political Economy and Taxation; Selected Works [пер. с англ.: Сраффа П.]. М.: Эксмо, 2007. – 953 с.

Сигова С.В. Восполнение кадрового дефицита на рынке труда Российской Федерации. Петрозаводск: Изд-во ПетрГУ, 2009.

Смит А. Исследования о богатстве народов / Сокр. пер. [и предисл.] М.П. Щепкина и А.А. Кауфмана. 2-е изд., испр. и доп. Санкт-Петербург: М.Н. Прокопович, 1908. – 228 с.

Тейлор Ф.У. Менеджмент: Пер. с англ. А.И. Зак; Научн. ред. и предисл. Е.А. Кочерина. М.: Журнал «Контроллинг», 1992.

Тюриков Р.А. Управление массовыми спортивными практиками: сравнительный анализ отечественного и зарубежного опыта: дисс. ... канд. соц. наук. Москва, 2017.

Abrahamyan, L. (2024), "Sports Development Management in the Republic of

Armenia: The Structure and Statistics”, *International Journal of Sports Science and Physical Education*, 9, pp. 59–64, DOI 10.11648/j.ijsspe.20240904.12.

Akimov, O.A., Kulbayev, A.T., Myrzabosynov, Ye.K. et al. (2023), “Methods and ways to improve the effectiveness of regional policy in the field of physical culture and sports”, *Theory and methodology of physical education*, 1 (71), pp. 99–107, DOI 10.48114/2306-5540_2023_1_99.

Autio, E. and Thomas, L. (2014), “Innovation Ecosystems: Implications for Innovation Management?”, In M. Dodgson, D. M. Gann, & N. Phillips (eds.), *The Oxford Handbook of Innovation Management*, Oxford University Press, pp. 204–228.

Begovic, M., Miciak, M., Šarlák, M., Kubina, M. and Varmus, M. (2024), “The development of sports policy in Slovakia”, *Sports law, policy & diplomacy journal*, 2, pp. 107–133, DOI 10.30925/slpdj.2.1.6.

Silva Caviedes, P.F. (2024), *Some Keys to Understanding the Social Discourses on Pathologization and Well-being in Public Policies on Sport: A Case Study in Chile*, In: Machin Suarez, R. (eds.), *Pathologisation, Depathologisation and Mental Health*, Palgrave Macmillan, Cham, pp. 263–310, https://doi.org/10.1007/978-3-031-70043-9_9.

Furtado, S., de Souza, J.V. and Mezzadri, F. (2024), “Sport management at the municipalities of the state of Santa Catarina: an outlook of the structure of its governance and public policies”, *Revista de Gestão e Negócios do Esporte*, 9, pp. 1–11.

Jiang, L., Pan, X., Zhang, Y., Cui, C., He, J. and Gao, Y. (2024), “Exploring the sustainable future of social sports organizations: A comparative study of governance models in China, Japan, and South Korea”, *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8, p. 7682, DOI 10.24294/jipd.v8i12.

Yan, X. and Johar, Md. (2024), “Factors affecting individual sports consumption motivation towards sports consumption behavior: A bibliometric analysis”, *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8, p. 7075, DOI 10.24294/jipd.v8i9.

References

Abrahamyan, L. (2024), “Sports Development Management in the Republic of Armenia: The Structure and Statistics”,

International Journal of Sports Science and Physical Education, 9, pp. 59–64, DOI 10.11648/j.ijsspe.20240904.12.

Akberdina, V.V. and Vasilenko, E.V. (2021), “Innovation ecosystem: a theoretical review of the subject area”, *Journal of Economic Theory*, 18 (3), pp. 462–473, <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2021.18-3.10>.

Akimov, O.A., Kulbayev, A.T., Myrzabosynov, Ye.K. et al. (2023), “Methods and ways to improve the effectiveness of regional policy in the field of physical culture and sports”, *Theory and methodology of physical education*, 1 (71), pp. 99–107, DOI 10.48114/2306-5540_2023_1_99.

Androsova, G.A. and Mikhailova, E.Ya. (2019), “Criteria for the effectiveness of public administration in the field of physical culture and sports”, *Physical Culture. Sport. Tourism. Motor Recreation*, 4 (2), pp. 128–133.

Antipina, O.N. and Krivitskaya, A.D. (2022), “Economics and happiness in Russia”, *Economic Issues*, 8, p. 54.

Autio, E. and Thomas, L. (2014), “Innovation Ecosystems: Implications for Innovation Management?”, In M. Dodgson, D. M. Gann, & N. Phillips (eds.), *The Oxford Handbook of Innovation Management*, Oxford University Press, pp. 204–228.

Baykova, U.S. and Oblivantseva, D.V. “Features of public administration in the field of sports”, *Eurasian Legal Journal*, 10 (161), pp. 423–424.

Begovic, M., Miciak, M., Šarlák, M., Kubina, M. and Varmus, M. (2024), “The development of sports policy in Slovakia”, *Sports Law, Policy & Diplomacy Journal*, 2, pp. 107–133, DOI 10.30925/slpdj.2.1.6.

Bondarenko, O.A. (2022), “Constitutional foundations of legal regulation of physical culture and sports in Russia”, *Physical Education and Sports Training*, 2 (40), pp. 129–133.

Carnegie D. (2024), *How to stop worrying and start living*, AST Publishing House, Moscow.

Federal Law No. 329-FZ of 04.12.2007 (as amended on 25.12.2023) "On Physical Culture and Sports in the Russian Federation" (with amendments and additions on 01.01.2024), [Online], available at: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/9ad54ad980157e88dbbaf19a21d1470c425d3935/ (Accessed 26 November 2024).

Furtado, S., de Souza, J.V. and Mezzadri, F. (2024), “Sport management at the municipalities

of the state of Santa Catarina: an outlook of the structure of its governance and public policies”, *Revista de Gestão e Negócios do Esporte*, 9, pp. 1-11.

Grigorieva, V.V., Andreev, N.V. and Pozdnyakov, K.K. (2021), “Features and priorities of mass sports infrastructure development”, *Bulletin of the Altai Academy of Economics and Law*, 10-3, pp. 225-230, DOI 10.17513/vaael.1911.

Gryaznova, A.G. and Yudanov, A.Yu. (eds.) (2015), *Microeconomics: Theory and Russian Practice*, 10th ed., KNORUS, Moscow.

Ivanov, V.D., Smirnova, V.Z. and Rain, M.A. (2017), “Problems of legal regulation of physical culture and sports in the Russian Federation”, *Physical Culture. Sport. Tourism. Motor Recreation*, 2 (2), pp. 108-111.

Jiang, L., Pan, X., Zhang, Y., Cui, C., He, J. and Gao, Y. (2024), “Exploring the sustainable future of social sports organizations: A comparative study of governance models in China, Japan, and South Korea”, *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8, p. 7682, DOI 10.24294/jipd.v8i12.

Kornienko, E.L. and Prutskov, S.V. (2015), “Problems and prospects of development of state policy in the field of physical culture and mass sports management in the Russian Federation”, *Scientific Almanac*, 11-1(13), pp. 307-310, DOI 10.17117/na.2015.11.01.307.

Markova, A.S. (2022), “Aspects of public administration in the field of physical culture and sports in a number of foreign countries”, *Scientific Notes of the P.F. Lesgaft University*, 7(209), pp. 256–262, DOI 10.34835/issn.2308-1961.

Marx, K. and Engels, F. (1982), *Capital*, Vol. 1, Selected works, 2nd ed., Moscow.

Nureyev R.M. (2005), *Course of Microeconomics*, Textbook for Universities”, 2nd ed., Norma, M.

Order of the Ministry of Sports of the Russian Federation No. 503 of 30.06.2021 “On Approval of the Procedure for the Development and Submission by All-Russian Sports Federations to the Ministry of Sports of the Russian Federation of Programs for the Development of Relevant Sports in the Russian Federation”, [Online], available at: <https://docs.cntd.ru/document/608191555?marker=6520IM> (Accessed 26 November 2024).

Petty, W. *Economic and Statistical Works*, Smith, M. (ed., transl.), preface by Rosenberg, D., Sotsekgiz, M., XXVIII, 324 p.

Raisberg, B.A. (2020), *Applied Economics*, Textbook, 4th ed., Laboratory of Knowledge, Moscow.

Recommendations for the Organization of Work and Rest Regimes for Manual Workers. The State of Health of Workers in Connection with the State of the Production Environment. Prevention of the Stress State of Employees in Various Types of Professional Activities. Methodological Recommendations of MP 2.2.9.2311-07, [Online], available at: <https://sudact.ru/law/mr-2292311-07-229-sostoianie-zdorovia-rabotaiushchikh-v/metodicheskie-rekomendatsii/> (Accessed 26 November 2024).

Resolution of the Government of the Russian Federation of November 24, 2020 No. 3081-r “On Approval of the Strategy for the Development of Physical Culture and Sports in the Russian Federation for the Period up to 2030”, [Online], available at: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/74866492/> (Accessed 26 November 2024).

Ribcic, I.E. (2015), “Legal regulation by the state of the development of physical culture and sports – the dominant direction of the country's management strategy”, *Political Management: Scientific Information and Educational Electronic Journal*, 2 (10), pp. 30-37.

Ricardo, D. (2007), *Principles of Political Economy and Taxation; Selected Works*, Sraffa, P. (transl.), Eksmo, Moscow, 953 p.

Sigova, S.V. (2009), *Filling the Personnel Deficit in the Labor Market of the Russian Federation*, Publishing House of PetrSU, Petrozavodsk.

Silva Caviedes, P.F. (2024), *Some Keys to Understanding the Social Discourses on Pathologization and Well-being in Public Policies on Sport: A Case Study in Chile*, In: Machin Suarez, R. (eds.), *Pathologisation, Depathologisation and Mental Health*, Palgrave Macmillan, Cham, pp. 263–310, https://doi.org/10.1007/978-3-031-70043-9_9.

Smith, A. (1908), *An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations*, Shchepkin, M.P. and Kaufman, A.A. (transl.), 2nd ed., M.N. Prokopovich, St. Petersburg, 228 p.

Taylor, F.W. (1992), *Management*, Zak, A.I. (trans.), Kocherin, E.A. (ed.), Controlling Magazine, Moscow.

Tyurikov, R.A. (2017), *Management of Mass Sports Practices: a Comparative Analysis of*

Domestic and Foreign Experience, Thesis of Candidate of Social Sciences, Moscow.

Yan, X. and Johar, Md. (2024), "Factors affecting individual sports consumption motivation towards sports consumption behavior: A bibliometric analysis", *Journal of Infrastructure, Policy and Development*, 8, p. 7075, DOI 10.24294/jipd.v8i9.

Информация об авторе

Гуреева Елена Александровна, заведующий кафедрой менеджмента спорта и активного досуга, к.э.н., доцент

Information about the author

Elena A. Gureeva, PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Sports and Active Leisure Management,