

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РФ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЪЕДИНЕНИЕ В СИСТЕМЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ ПО УКРУПНЕННОЙ ГРУППЕ СПЕЦИАЛЬНОСТЕЙ
И НАПРАВЛЕНИЙ ПОДГОТОВКИ «СЕРВИС И ТУРИЗМ»
РОССИЙСКИЙ СОЮЗ ТУРИНДУСТРИИ
МИНИСТЕРСТВО КУОРТОРОВ, ТУРИЗМА И ОЛИМПЕЙСКОГО НАСЛЕДИЯ
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
УНО «КУБАНСКИЙ НАУЧНЫЙ ФОНД»
МЕЖРЕГИОНАЛЬНЫЙ НОЦ ЮГА РОССИИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ,
КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ И РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ
КРАСНОДАРСКОЕ РЕГИОНАЛЬНОЕ ОТДЕЛЕНИЕ
РУССКОГО ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ОБЩЕСТВА
АССОЦИАЦИЯ КУОРТОРНЫХ И ТУРИСТИЧЕСКИХ ГОРОДОВ
ГОРОД-КУОРТОР СОЧИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ ОБРАЗОВАНИЯ
ИНСТИТУТ НАРОДНОХОЗЯЙСТВЕННОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ АКАДЕМИИ НАУК
ФГБУН ФИЦ СУБТРОПИЧЕСКИЙ НАУЧНЫЙ ЦЕНТР РОССИЙСКОЙ
АКАДЕМИИ НАУК
ФГБОУ ВО «НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ЭКОНОМИКИ И УПРАВЛЕНИЯ «НИНХ»
ФГБОУ ВО «УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»
ОЧУ ВО РОССИЙСКАЯ МЕЖДУНАРОДНАЯ АКАДЕМИЯ ТУРИЗМА
ООО «БАЛЬНЕОЛОГИЧЕСКИЙ КУОРТОР «МАЦЕСТА» (ХОЛДИНГ)
ГОРОДА СОЧИ»
НАО «КРАСНАЯ ПОЛЯНА»
ООО «КОМПАНИЯ «РИВЬЕРА-СОЧИ»
ФГБОУ ВО «СОЧИНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ОЛИМПЕЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ И КРУПНОМАСШТАБНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ:
ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ, ЭКОЛОГИЮ И СОЦИОКУЛЬТУРНУЮ СФЕРУ
ПРИНИМАЮЩИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

Материалы

XIV Международной научно-практической конференции
в рамках Международного туристского форума
«ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ
ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ»
(18–20 мая 2023 года)

Сочи
РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ»
2023

УДК 338.48 :711.455

ББК 65.43

О-54

Редакционная коллегия:

доктор психологических наук, академик РАО И.В. Гайдамашко

кандидат технических наук, доцент А.В. Ревнивых

доктор экономических наук, доцент Е.К. Воробей

**О-54 ОЛИМПЕЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ И КРУПНОМАСШТАБНЫЕ
МЕРОПРИЯТИЯ: ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ, ЭКОЛОГИЮ
И СОЦИОКУЛЬТУРНУЮ СФЕРУ ПРИНИМАЮЩИХ ДЕСТИНАЦИЙ:**

материалы XIII Междунар. науч.-практ. конф., г. Сочи, 18–20 мая
2023 г. / Под общ. ред. д-ра психол. наук, академика РАО
И.В. Гайдамашко. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2023. – 324 с.

ISBN 978-5-88702-677-0

Научные доклады, посвященные вопросам реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» в современных условиях, раскрывают: влияние рекреационно-туристской деятельности на пространственное развитие туристских территорий и инфраструктуры, экономико-правовые аспекты устойчивого развития, особенности ведения бизнеса в условиях экономической трансформации и глобального противостояния. Особое внимание уделено вопросам подготовки кадров для индустрии туризма и гостеприимства, образовательному, детскому, инклюзивному туризму и безбарьерной среде, лечебно-оздоровительному и медицинскому туризму, новым возможностям и технологиям санаторно-курортной сферы в преодолении проблем демографии и кризиса здоровья человека. Представлены практические задачи, комплексные и междисциплинарные исследования, новые факторы и перспективы развития.

Предназначены для специалистов и представителей бизнеса сферы туризма и индустрии гостеприимства, сотрудников органов государственной власти, работников высшего образования и обучающихся и широкого круга читателей.

УДК 338.48:711.455

ББК 65.43

ISBN 978-5-88702-677-0

©ФГБОУ ВО «СГУ», 2023

©Коллектив авторов, 2023

©Оформление. РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2023

Содержание

КРУГЛЫЙ СТОЛ «ЭКСПОРТ-ЮГ»	
ПОД ЭГИДОЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО НОЦ МИРОВОГО УРОВНЯ ЮГА РОССИИ ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ И РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ	
УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В СФЕРЕ УСЛУГ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ/ MANAGEMENT OF COMPETITIVENESS IN THE SPHERE OF RURAL TOURISM SERVICES IN MODERN RUSSIA	
Арифуллин М.В., Тараканова О.В., Романов А.А.	11
СЕВЕРНЫЙ БАЙКАЛ: ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ	
Власов А.Ф., Кузнецова М.В.	14
РЕТРО-ТРАНСПОРТ В ТУРИЗМЕ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «МОСКОВСКИЙ ТРАМВАЙ- КАФЕ В СТИЛЕ РЕТРО	
Волгина К.А., Санченко Н.А., Замятина Н.А.	19
АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА КАМЕНСК – УРАЛЬСКОГО	
Журавлева Л.А., Зарубина Е.В., Ручкин А.В., Чупина И.П.	22
КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ	
Морозов М.А., Морозов М.М.	26
ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В УРАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ	
Радыгина Е.Г.	30
СИСТЕМА ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ-КУРОРТЕ СОЧИ	
Сердюкова Н.К., Савин М.Д.	34
АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО И ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ	
Салеева Т.В., Борисенко Э.И.	38
ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ, ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ	
Севрюков И.Ю., Лучина Н.А., Леушина О.В.	42
ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ КАК ИСТОЧНИК ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА Г. СОЧИ	
Шишкина О.А.	45
ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА	
Юлдашев К.Ш.	49
ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 1	
«АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ И МОДЕЛИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРЕИМСТВА В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ. РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ»	
SUSTAINABLE RUSSIAN YOUTH ENTREPRENEURSHIP: COMMUNITY-BASED BUSINESS OKNO FOR YOUTH LEISURE	
Barbotko Y., Evdokina E., Zamyatina. N.	52

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ КонтЕНТЕ. Бухарова Н.Г.	55
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В ПОДБОРЕ КАДРОВ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ Буюклян Л.С., Романова Л.М.	60
ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ МЕТОДА 360 ° ДЛЯ ОЦЕНКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ Ветитнев А.М., Агафонов А.С.	66
ПРОДВИЖЕНИЕ РЕСТОРАНА ЗА СЧЕТ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПЕРСОНАЛА Волков А.О., Джелиев Г.К., Баранова А.Ю.	71
УЧЕТ ГОСТИНИЦАМИ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ТРЕБОВАНИЙ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ ИЗ РАЗНЫХ СТРАН Жуков В.А.	75
РЕСТОРАНЫ КЛУБНОГО ТИПА КАК ЧАСТЬ НАПРАВЛЕНИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА Замятина Н.А., Евтеева В.Р.	79
MODERN TRENDS OF HOSPITALITY INDUSRTY OF RUSSIA Кулагин Е.И., Збарская А.В.	83
СТРАТЕГИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СЕГМЕНТЕ МАЛЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ Сердюков Д.А.	87
ДУАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ГОСТИНИЧНОМУ ДЕЛУ В ВУЗЕ КАК СТАРТ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ РУКОВОДИТЕЛЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА Сердюкова Н.К.	92
ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА Романова Л.М., Серегина М.В.	96
ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ Сомова О.В.	103
ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА) Тестина Я.С.	106
СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ Фролова Н.В.	111
ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ ДЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В НОВЫХ РЕАЛИЯХ Цаболова О.Р., Цунаева Ю.О.	115
ЗАДАЧИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ КУРОРТНОЙ СФЕРЫ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ Цёхла С.Ю.	119
ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ Ялунина Е.Н.	122

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУРСИЯ № 2
«ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ И МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ: НОВЫЕ
ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КУРОРТНЫХ И ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ
В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ»

САНАТОРНО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ УСЛУГИ ТУРИСТСКОГО РЫНКА РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ Айрян З.Г.	126
THE ESSENCE OF WELLNESS TOURISM AND ITS CLASSIFICATION Alimova Shaxnoza Oktyamovna.....	129
ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТЕЛЯ В ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС КАК СИСТЕМНЫЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА КУРОРТЕ Быков А.Т., Апухтин А.В.	133
СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА Газзаев Т.А., Синявская Е.Е.	138
ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ Гуриева Л.К., Джиоев А.В.	141
АНТИМУТАГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОДУКТОВ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНОМ И ГЕРИАТРИЧЕСКОМ ПИТАНИИ Кондратенко Е.И., Ломтева Н.А., Прокопчук Т.М.	147
ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ (НА ОСНОВЕ ОПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ) Муравьева О.С., Рыбакова Ю.В., Калоева З.Ю.	151
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ Нюренбергер Л.Б., Петренко Н.Е., Маневич Я.В.	155
СЕЗОННАЯ РЕКРЕАЦИОННАЯ НАГРУЗКА В ГОРОДАХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В АСПЕКТЕ ПРОФИЛАКТИКИ ЭНТЕРОВИРУСНЫХ ИНФЕКЦИЙ Рафеенко Г.К.	159
ИССЛЕДОВАНИЕ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩЕГО ПОТЕНЦИАЛА МИНИ-ПОХОДОВ В РАБОТЕ С ДЕТЬМИ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА Ховякова А.Л.	161
ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ Чудновский А.Д., Агасиев М.Г.	165
МОТИВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА. MOTIVATIONAL FACTORS OF MEDICAL TOURISM DEVELOPMENT. Доника А.Д., Щекин Г.Ю., Тронева В.Е.	169

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 3
«ПРОСТРАНСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ
ГОРОДОВ-КУРОРТОВ, ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ
И ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЕСТИНАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»

ПОВЫШЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ РЕАЛИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ Вербин Ю.И., Кукса Д.В.....	173
СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ Верютина В.И., Круглова М.С	176
РАЗРАБОТКА СИСТЕМ БИОЛОГИЧЕСКОЙ ОЧИСТКИ МОРСКОЙ ВОДЫ ДЛЯ КУРОРТНЫХ РАЙОНОВ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ Дмитриев Ю.А.	180
БЕЗОПАСНОСТЬ ДВИЖЕНИЯ ПО МОСТОВЫМ СООРУЖЕНИЯМ В ЗИМНИЙ ПЕРИОД Должиков В.Н., Удотова О.А., Чамян А.Э.....	186
РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ИНФРАСТРУКТУРУ ТУРИЗМА Киба О.В., Саакян К.С.	189
ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ – АЛАНИЯ Кодзаева Л.С., Муравьева О.С.	191
ТЕХНОЛОГИИ «УМНЫЙ ДОМ» В ГОСТЕПРИИМСТВЕ Комарова Ю.А., Ноздря А.С.	194
ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА НА АВТОЗАПРАВОЧНЫХ СТАНЦИЯХ В КУРОРТНЫХ ДЕСТИНАЦИЯХ Круглова Л.Э.	197
НАУЧНОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И СТРОИТЕЛЬСТВА РЕКРЕАЦИОННОГО ПЛЯЖА В Г. СВЕТЛОГОРСКЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ Макаров К.Н.	201
СЕЛЬСКИЕ КУРОРТЫ СОЧИ КАК МОДЕЛЬ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КУРОРТНОЙ МЕСТНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ: ПРАКТИКА И ИННОВАЦИИ Платонов А.П., Кочарский Л.С.	206
КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОЗДОРОВЛЕНИЮ ПРИБРЕЖНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ Приходько Л.Н.	210
НОРМАТИВЫ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ УСТОЙЧИВОГО ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ Смирнова В.М.	215
ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ ГОРОДА СОЧИ Табак Л.В., Суворова Н.А.	219
ЯХТИНГ: МОРСКИЕ ПУТЕШЕСТВИЯ ПОД ПАРУСОМ Томилин К.Г.	225
ЭЛЕКТРОИНДУЦИРОВАННЫЙ ПЬЕЗОЭФФЕКТ В ПЛАСТИКЕ ABS МОДЕЛЕЙ ЗДАНИЙ Юрченко Е.А., Юрченко Е.Е., Шуванова В.П.	229

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 4
«ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ»

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, ОРИЕНТИРОВАННОГО НА ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, ПОСРЕДСТВОМ ОНЛАЙН-СРЕДЫ Абрамов Д.В., Газзаев Т.А., Гварлиани Т.Е.	233
ОЦЕНКА И АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НА МЕЗОУРОВНЕ (НА МАТЕРИАЛАХ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА) Аликаева М.В., Кетова Ф.Р.	236
ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ: АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ Борисова Т.Г.	242
ФОРМИРОВАНИЕ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА, РАСПОЛОЖЕННЫХ НА РАЗЛИЧНЫХ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ Воробей Е.К., Агафонов А.С.	244
НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СРЕДСТВ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ПРАКТИКЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ Воробей Е.К., Молчанова В.С.	248
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА АПК Воробей Е.К., Пугачев И.В.	251
К ВОПРОСУ ОБ ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ Гварлиани Т.Е., Крещенко О.Е., Шульженко Н.В.	255
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ Збарская А.В., Тараканова О.В., Кулагин Е.И.	259
СМАРТ-КОНТРАКТЫ: ПРЕДПОСЫЛКИ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕС-СРЕДЫ Ивнева Е.В., Кавшбая Л.Л.	263
ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА СПОРТИВНЫХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ Г. ОМСКА) Ковалев В.А., Мальцева Н.А.	267
К ВОПРОСУ О КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ «ТУРИСТСКОЙ РЕНТЫ» И ЕЕ ДИНАМИКЕ В РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ-КУРОРТАХ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КАВКАЗА Латков А.В.	272
ЦИФРОВИЗАЦИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА Мальцева М.В.	276
ТЕХНОЛОГИИ ОБРАБОТКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ТУРИЗМЕ Тихомирова А.С.	281
DIGITAL-ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ Чергинцев Е.П., Попова М.В.	284

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 5
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ, ДЕТСКИЙ, ИНКЛЮЗИВНЫЙ, ТУРИЗМ
И БЕЗБАРЬЕРНАЯ СРЕДА В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ»

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ, КАК МЕТОД РЕШЕНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ Воробей К.Д., Мушкина И.А.	288
ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА ПО РАЗВИТИЮ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА: СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ЭКСКУРСИЯ В ЖЕСТАХ» Гольшшева Е.В.	291
ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК СОВРЕМЕННАЯ ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ Григорашенко-Алиева Н.М., Садилова О.П.	296
THIRD PLACE FOR YOUTH IN ST. PETERSBURG & MOSCOW Замятина Н.А.	300
ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА И ОТДЫХА Кдлян Е.Л., Магдесян Г.А.	304
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРИКЛАДНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА Петренко Н.Е.	307
РОЛЬ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ Таушканова А.О., Курилова Е.В.	312
САНКЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО СПОРТА И ПАТРИОТИЗМА Чудновский А.Д., Коростелев О.В.	315
ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТУРИЗМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ОПЫТ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА Якименко М.В., Ханина А.В.	319

Уважаемые участники Международного туристского Форума «Трансформация экономики и социально-культурной сферы туристских дестинаций в эпоху глобальных кризисов»!

Международный туристский Форум 18-20 мая 2023 года в стенах Сочинского государственного университета объединил в себе несколько международных научно-практических конференций, в том числе – всероссийскую молодежную конференцию.

На площадках форума в течение трех дней прошли точки кипения для студентов и школьников: мастер-классы, лекции, фотовыставка, круглые столы, дискуссионные площадки, экскурсии по знаковым туристическим объектам г. Сочи.

Сегодня Сочинский государственный университет – это место диалога и совместной работы школьников, студентов и педагогов, территория наставничества для каждого ребенка и обучающегося.

Пространство формирования и созидания будущего в сфере туризма, гостеприимства и образования. Перед высшей школой, как никогда ранее, остро стоит задача обеспечения сферы туризма и гостеприимства кадрами высокой квалификации мирового уровня, поэтому приоритетом для действующего на базе Сочинского Государственного университета

ФУМО ВО по УГСН 43.00.00 «Сервис и туризм» с февраля 2023 года является государственная задача по разработке нового федерального государственного образовательного стандарта высшего образования 4 поколения по направлениям «Туризм и туристские дестинации», «Гостиничное дело», «Сервис» и «Торговое дело».

География Международного туристского Форума в 2023 году охватила 5 стран: Россию, Узбекистан, Армению, Палестину, Индию, 25 городов из 8 Федеральных округов, в том числе: Москва, Санкт-Петербург, Барнаул, Екатеринбург, Краснодар, Нальчик, Орел, Омск, Новосибирск, Пермь, Волгоград, Таганрог, Ростов-на-Дону, Симферополь, Саратов, Первоуральск, Тольятти, Челябинск, Донецк, Иркутск, Самара, Йошкар-Ола, Хабаровск, Ставрополь и Сочи. В очном и дистанционном формате выступили и прислали свои статьи более 450 участников Международного туристского Форума.

Многие отмечают, что сегодня российская экономика в целом, вопреки прогнозам, оказалась значительно более устойчивой к пандемии и к санкционному давлению, а российский турбизнес проходит кризис лучше по сравнению с зарубежными аналогичными предприятиями, проявляя высокую маневренность. Тем не менее, отечественная индустрия гостеприимства находится в сложном положении, поскольку настоящее время характеризуется острейшей конкурентной борьбой на внутреннем и въездном рынках, а также не решены проблемы, стоявшие ещё в допандемийный период.

В условиях глобальной переориентации международных экономических связей и высочайших угроз международной экономической системе как никогда остро существует необходимость совершенствования стратегии и программ развития российской индустрии туризма в соответствии с существующими реалиями и укрепления способностью парировать будущие вызовы.



В условиях глубочайшего кризиса доверия между странами и народами предстоит искать возможности и нестандартные решения для реализации политики «мягкой силы» средствами туризма ради нашего будущего. Перед нами стоят задачи выбора приоритетов для формирования единого внутреннего туристского пространства, формирования нового спектра выездных туристских международных направлений, переориентации экспорта туристских услуг на современные рынки и их адаптации к запросам новых потребителей туристских услуг.

На внутреннем рынке в условиях колебаний индексов потребительских цен требуют решения проблемы глубины бронирований турпоездов; преодоления территориальных дисбалансов развития туризма; обеспечения и субсидирования транспортных услуг; разработки программ стимулирования внутреннего туризма; страхования ответственности и создания системы допуска на рынок туроператоров; развития детского, научно-познавательного, экологического туризма, внедрения цифровых технологий в сферу туристских услуг и др.

Для экспортного рынка актуальны подходы по смягчению противоречий, возникающих, например, между направляющими и принимающими турпотоки компаниями; из-за турбулентности международных туристских рынков; волатильности валют; требуется усиление гарантий принимающей стороной и расширение возможности России по обеспечению безопасности российских туристов и их защиты в кризисных ситуациях за рубежом.

Поле ранее нерешённых проблем продолжает расширяться за счёт новых, однако, как известно, кризис – это не только вызовы, но и новые возможности, которые рассматриваются на площадках Международного туристского Форума в СГУ. Важно отметить тот факт, что решение задач, стоящих перед отечественной индустрией туризма, как и разработка предложений по мерам государственной поддержки, выведены Президентом на самый высокий уровень. Среди уже реализуемых мер господдержки в качестве наиболее значимых можно выделить создание, модернизацию и развитие инфраструктуры туристской сферы.

Желаю всем участникам Международного туристского Форума продуктивной работы и плодотворного сотрудничества, поиска новых решений для успешной реализации задач, поставленных перед нами стратегическими документами страны по развитию туризма!

С наилучшими пожеланиями и приглашением к дальнейшему сотрудничеству
на площадках Международного туристского Форума в 2024 году!

И.о. ректора ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»,
академик РАО И.В. Гайдамашко

**КРУГЛЫЙ СТОЛ «ЭКСПОРТ-ЮГ»
ПОД ЭГИДОЙ МЕЖРЕГИОНАЛЬНОГО НОЦ МИРОВОГО УРОВНЯ
ЮГА РОССИИ
ВОЛГОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ, КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ
И РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

**УПРАВЛЕНИЕ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬЮ В СФЕРЕ УСЛУГ
СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОЙ РОССИИ**

¹**Арифуллин Марат Венерович**
²**Тараканова Ольга Владимировна**
³**Романов Алексей Александрович**

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия
канд. экон. наук, доцент Кафедры управления в международном бизнесе и индустрии
туризма Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций
109542 Россия, Москва, Рязанский просп., д. 99
Тел.: +7(495)371-74-11
E-mail: marifullin@yandex.ru

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия
ст. преподаватель Кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций
109542 Россия, Москва, Рязанский просп., д. 99
Тел.: +7(495)371-74-11
E-mail: ol-tarakanova@mail.ru

³ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», Москва, Россия
канд. историч. наук, доцент Кафедры управления в международном бизнесе и индустрии
туризма Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций
109542 Россия, Москва, Рязанский просп., д. 99
Тел.: +7(495)371-74-11
E-mail: r.alexei2017@yandex.ru

Abstract. In the article, the authors briefly outlined the concept of "managing the competitiveness of services," determined the role of managing competitiveness in the implementation of rural tourism services. The analysis of the definition "competitiveness" is given. The existing competitive advantages are considered and the need to manage competitiveness in the field of rural tourism services is justified.

Ключевые слова: конкурентоспособность, конкурентоспособность туристского предприятия, конкурентоспособностью туристских услуг, сельский туризм.

Key words: competitiveness, competitiveness of tourist enterprise, competitiveness of tourist services, rural tourism.

Проблемам исследования конкурентоспособности предприятий были посвящены работе зарубежных ученых экономистов: И. Ансоффа, П. Друкера, М. Мескона, М. Портера, Ф. Хайека, Ф. Хедоури, Э. Чемберлена, И. Шумпетера и др.

В трудах отечественных ученых: Г. Л. Азоева, М. И. Гельвановского, М. А. Жуковой, П. С. Завьялова, Р. А. Фатхутдинова, А. Д. Чудновского, А. Ю. Юданова так же отражены отдельные вопросы повышения конкурентоспособности предприятий. В новых условиях, обусловленных коренным изменением экономической и политической ситуации в мире, вопросы конкурентоспособности становятся особенно актуальными для российских предприятий.

Различные авторы дают приводят разные толкования понятие конкурентоспособности. Наиболее общим является определение Майкла Портера. М. Портер определяет конкурентоспособность, как свойство товара, услуги, субъекта рыночных отношений выступать на рынке наравне с присутствующими там аналогичными товарами, услугами или конкурирующими субъектами рыночных отношений [6, с. 21].

Р.А. Фатхутдинов рассматривает конкурентоспособность с позицией стратегического менеджмента, как важное свойство объекта, характеризующееся степенью реального или потенциального удовлетворения конкретной потребности по сравнению с аналогичными объектами, представленными на данном рынке [7, с. 14].

По мнению другого российского автора - специалиста в области маркетинга П. С. Завьялова, «конкурентоспособность» — это возможность эффективной хозяйственной деятельности и ее практической прибыльной реализации в условиях конкурентного рынка. [5, с. 138].

М. И. Гельвановский определяет «конкурентоспособность» как свойства объектов, которые создают преимущества для субъекта экономического соревнования [4].

Несмотря на достаточно глубокую изученность данной темы, отдельные вопросы управления конкурентоспособностью требуют уточнения.

Интерес представляют вопросы адаптации процесса управления конкурентоспособностью к сфере туризма, в частности, к перспективной в условиях геополитических и санкционных рисков сфере услуг сельского туризма. Сельский туризм навряд ли станет очень массовым явлением, способным конкурировать по туристским потокам с пляжным отдыхом, но имеет свою перспективную нишу, требует изучения и теоретического обоснования.

Применительно к туристско-гостиничной сфере, конкурентоспособность (туристского) предприятия – это отличительная характеристика по регулированию и развитию деятельности данного предприятия, от реализуемой деятельности предприятий-конкурентов, в условиях существующих ограничений, с целью удовлетворения потребностей людей и эффективности производственной деятельности.

Конкурентоспособностью туристских услуг следует рассматривать как совокупность уникальных и стоимостных характеристик, которые призваны обеспечить удовлетворение потребностей гостей и имеют выгодные отличительные характеристики от услуг, реализуемых предприятиями-конкурентами.

Из-за сложившийся в мире высокой геополитической напряжённости, жестких экономических санкций, введенных в отношении РФ, приостановки авиасообщения между Россией и рядом недружественных стран, планы многих россиян на летний отдых в текущем году могут измениться. Привычному отдыху на море на зарубежных курортах, в этом году многие россияне могут предпочесть поездки по регионам России. Это могут быть традиционные организованные экскурсионные маршруты по Золотому Кольцу, поездки на отдых на российские черноморские курорты (Сочи и Южный берег Крыма), в малые города России, или в сельскую местность недалеко от дома. Число интересных для посещения направлений в России очень велико.

Одним из перспективных видов туризма для Российской Федерации является сельский туризм. Такой необычный отдых способствует эмоциональной разгрузке туристов и получению новых впечатлений, укреплению здоровья, приобщению к сельскому труду, здоровому образу жизни. Отдых на природе, лес, озера и реки дают возможность для организации как спокойного отдыха на лоне природы, так и активных видов туризма: охоты, рыбалки.

Для его активного развития в стране имеются определенные предпосылки:

- высокий спрос на подобные услуги со стороны жителей крупных городов, не имеющих собственных дач и приусадебных участков,
- обширные по площади территории, используемые для нужд сельского хозяйства, пригодные для развития сельского (аграрного) туризма,

– сезонный характер сельского труда, возможность составить событийный ряд мероприятий, исходя из такой сезонности, без ущерба для основной работы в сельском хозяйстве,

– возможность получения дополнительных доходов от использования оборудования и недвижимости,

– имеющийся международный опыт, подтверждающий эффективность подобной деятельности.

Тема отечественного сельского (аграрного) туризма и использования ресурсов домашнего хозяйства в рекреационной деятельности рассматривалась в трудах Ю.С. Путрика, В.Н. Николашина, Е.М. Кульбацкого и Н.Е. Воиновой [3] других отечественных авторов, тема признана важной и перспективной для отечественной туристской отрасли.

Конкурентоспособность предприятий в сфере сельского туризма, на наш взгляд, обеспечивается влиянием таких факторов, как: уникальных туристских ресурсов, наличие жилья пригодного для достаточно комфортного размещения туристов, организация досуга и организация аутентичного питания.

При рассмотрении управления конкурентоспособности сельского туризма в России целесообразно выделить факторы «первого порядка», сюда относятся: природно-климатические и культурно-исторические. Они являются постоянными во времени для определённой сельской территории. К факторам «второго порядка», также влияющим на развитие аграрного туризма, можно отнести: кадровые и социально-демографические, институциональные, экономические, материально-технические, технологические. В процессе функционирования туристского предприятия, в условиях неконтролируемой макросреды маркетинга отдельные факторы из «первой» группы могут переходить во «вторую».

Качество услуг сельского туризма является важным инструментом в конкурентной борьбе, и, как следствие, успешной деятельности туристского предприятия. Туристы, которые довольны обслуживанием становятся активными потребителями данной туристской услуги, создавая высокую репутацию понравившимся им туристским районам. Качество реализуемых услуг в туристском секторе способствует повышению экономической эффективности туризма [1, 2].

Как уже было сказано выше, в современных условиях вопросам повышения конкурентоспособности предприятий всех сфер экономики уделяется большое внимание. В сегодняшней непростой экономической ситуации грамотное управление конкурентоспособностью туристского предприятия позволяет получить серьезное конкурентное преимущество, что очень полезно для фирмы в рыночных условиях.

Таким образом, развитие услуг сельского туризма будет успешным, если сможет конкурировать с другими сферами туристской индустрии.

Управление конкурентоспособностью в сфере услуг сельского туризма реализуется при наличии на предприятии ограниченных уникальных ресурсов, степени удовлетворения потребительского спроса, а также наличия креативных визуальных коммуникаций на выбранных сегментах рынка. В основе управления конкурентоспособностью услуг сельского туризма на российском рынке лежат следующие маркетинговые механизмы:

– специфика формирования коммуникационного комплекса бренда;

– анализ качества реализуемых туристских услуг на определённом сегменте рынка и повышение их доступности для внутренних и въездных туристов.

Библиографический список:

1. Арифиллин М.В. Пути повышения эффективности гостиничных услуг: Монография. - М.: Изд-во МАТГР, – 2010, 180 с.

2. Арифиллин М.В. Современные стратегии развития гостиничных объединений: Монография. - М.: Изд-во МосГУ, – 2016.

3. Воинова, Н.Е. Особенности услуг сельского туризма. Актуальные исследования, 6(9), 2020. – URL: <https://apni.ru/article/385-osobennosti-uslug-selskogo-turizma> (дата обращения 09.11.2022)
4. Гельвановский М.И. Конкурентоспособность национальной экономики: проблемы статистического сопровождения: поиск методологической адекватности: учебное пособие – Москва, Статистика России, – 2009. – 383 с.
5. Завьялов П.С. Маркетинг в схемах, рисунках, таблицах: Учеб. Пособие. М.: Инфра М, – 2010, – с. 280.
6. Портер М., Конкурентное преимущество. Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость. М.: Альпина Бизнес Букс, –2018, – с. 720.
7. Фатхутдинов Р.А., Стратегический менеджмент: Учебник для ВУЗов. М.: Дело, – 2018, – с. 448.

СЕВЕРНЫЙ БАЙКАЛ: ВОЗМОЖНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ

¹Власов Александр Федорович

²Кузнецова Марина Валерьевна

¹ ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», г. Иркутск, Россия
Ст. преподаватель кафедры туризма
664033, Россия, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 126,
тел.8(395)242-64-17
E-mail: dailapumne@mail.ru

² ФГБОУ ВО «Иркутский государственный университет», г. Иркутск, Россия
Доцент кафедры прикладной информатики и документоведения
664033, Россия, г. Иркутск, ул. Лермонтова, 126,
тел.8(395)242-64-17
E-mail: Mv39@yandex.ru

Abstract: The article presents the unique recreational resources of Northern Baikal, including a more detailed description of the Goujekit and Dzelinda thermal springs, Mica lakes and the history of the settlement of Nizhneangarsk, catamaran rafting on the Kicher River and Lake Kulinda

Ключевые слова: рекреационные ресурсы, Северный Байкал
Keywords: recreational resources, Northern Baikal

Северное Прибайкалье представляет собой уникальный природный уголок, рекреационные ресурсы которого только начинают использоваться. Достопримечательности Северного Байкала неповторимы и уникальны, природа нетронута, мало исхожена.

Исследования Северного Прибайкалья (географические, исторические, зоологические и др.) позволяют использовать возможности этого региона для путешествий.

Самым крупным населенным пунктом Северного Прибайкалья является город Северобайкальск с населением около 25 тыс. человек, по данным на 2021 год [5]. И все же административным центром Северобайкальского района Бурятии, определяющим развитие Северного Байкала, является менее населенный поселок Нижнеангарск, который к тому же имеет богатейшую историю.

Географическое положение региона изначально не способствовало развитию промышленности, его экономика ориентировалась в основном на использование природных ресурсов (добыча золота, лесоразработки, рыбный и охотничий промысел). И только начало строительства Байкало-Амурской магистрали 1974 год в корне изменил этот северный регион. В Байкальском хребте, препятствующем активному освоению Северного

Байкала, было пробито «окно». Семикилометровый Байкальский туннель связал речные просторы водоразделов рек Киренга, Лена, Ангара Иркутской области с озерными просторами Бурятии.

До строительства магистрали на территории северного Прибайкалья проживало всего 5 500 человек. В краю геологов дорог не было вообще. Но уже в 1980 году с приходом БАМа население выросло до 70 000 человек. Вместе с железной дорогой на побережье появилось телевидение, пролегли асфальтированные и грунтовые автодороги, построены железнодорожные поселки и станции, расширен аэропорт. Вырос новый город Северобайкальск, который прочно связан со столицей Восточной Сибири регулярным железнодорожным, воздушным и водным путем. И хотя за короткое лето северное побережье посещает немного туристов, здесь назревает туристский бум.

Десять минут туннельного полумрака на глубине 200 метров под перевалом Даван – и поезд из таежных теснин перемещается на голубые просторы Подлеморья. Первая встреча с туристскими ресурсами Северного Байкала может начаться сразу после выхода из туннеля – это крохотный поселок Солнечный с известным источником реки Гоуджекит, правого притока реки Тья.

Скважина источника была пробита геологами в начале 1990-х годов после ухода из поселка строителей БАМа и стала популярна не только среди местных байкальчан. Круглый год ее посещают многие жители северных городов Иркутской области и сопредельных территорий. Высокие целебные качества радонового источника подтвердил Всероссийский научный центр реабилитации и физической терапии [1]. Вековая тайга, обилие солнечных дней в году, заснеженные горы, железнодорожная станция, где останавливаются даже поезда дальнего следования, делают доступными этот природный курорт, где есть все предпосылки для строительства центра по лечению заболеваний опорно-двигательного аппарата и нервной системы. Купание в термах Гоуджекит рекомендуется для лечения и профилактики множества заболеваний, главным образом при нервных, кожных и костно-мышечных болезнях. В купальне функционируют 2 бассейна. Глубина бассейнов до 1.5 метра, что позволяет отдыхающим дважды в день, утром и вечером, находиться в воде, даже несмотря на перемены погоды и холодное время года. Особое удовольствие люди испытывают во время купания зимой, что притягивает сюда целую армию автолюбителей, приезжающих из ближайших мест.

В находящихся поблизости гостиницах есть собственные бассейны с термальными водами. «Гелиос» — это база отдыха, расположена в двухэтажном здании. Номера категории «Стандарт» вмещают до 5 человек, вместимость всей гостиницы – 64 человека [4]. «Олимп» – гостиница, входящая в состав горнолыжной базы «Малая медведица». Есть небольшая гостиница «Встреча», туристическая база эконом-класса «Хозяин», гостиница «Солнечный двор». Из Иркутска на автомобиле можно добраться по трассе Р-418 до Жигалово и далее по таежной дороге через Ковыкту на Улькан; время в пути – приблизительно 13-14 часов. Ежедневно из Иркутска, Новосибирска и Красноярска ходят поезда дальнего следования до станции Гоуджекит. Можно прилететь на самолете из Иркутска или Улан-Удэ.

На платформе железнодорожной станции каждое утро помимо поездов из Москвы, Красноярска, Иркутска, останавливается электричка, которая за 40 минут перевозит пассажиров в Северобайкальск. Можно воспользоваться асфальтированным шоссе, которое через 37 километров с помощью маршрутных такси вас доставит в самый молодой город побережья.

Северобайкальск был спроектирован и построен ленинградскими строителями, и, несмотря на свои малые размеры, имеет современные высотные здания, широкие проспекты, просторную центральную площадь с торговым центром, спорткомплексы, школу искусств, картинную галерею, музей, несколько парков и зон отдыха, дворцы культуры, Кафедральный собор Казанской иконы Божией Матери.

Несмотря на прекрасное расположение города, его идеальную инфраструктуру и экологическую обстановку, город испытывает трудности. В связи с уходом строителей

БАМа в городе из промышленных предприятий остались только некоторые строительные подразделения, ряд железнодорожных и коммерческих предприятий.

Перед въездом в город на перекрестке дачного поселка можно повернуть направо и, следуя вдоль побережья Байкала в южном направлении в сторону села Байкальское, что находится в 60 километрах, по асфальтированному шоссе выехать к Слюдянским озерам – еще одно излюбленное место отдыха горожан. Два неглубоких озера с чистой водой и песчаным дном находятся в очень живописном предгорье, они отделены от Байкала узким перешейком. Вода прогревается на солнце. В XVII веке в этих окрестностях было обнаружено месторождение слюды; в 1930-е годы проводилась добыча слоистого минерала для оборонной промышленности, чем занимались политические заключённые ГУЛАГа. Сегодня озёра — популярное место рекреации. По утверждению геологов Большое и Малое Слюдянские озёра образовались на месте бывшего залива озера Байкал [6].

Если следовать по железной дороге из Северобайкальска на восток вдоль берега Байкала в направлении Нижнеангарска, то туристы непременно минуют четыре Мысовых туннеля общей протяженностью 5,4 километра, еще один памятник инженерной мысли строителей БАМа. Автомагистраль проходит ниже, петляя возле самого берега, и через 20 километров приводит в старейшее поселение Северного Байкала, которое насчитывает около 4 000 человек населения. Нижнеангарск – поселение с удивительной и трагической историей, появившееся в результате ушедших под воду по причине землетрясения двух прежних населенных пунктов Дагары и Чичевки, находившихся на территории Северобайкалья, о чем подробно описано нами [2].

Начало нынешнему Нижнеангарску было положено в 1643 году, когда русский землепроходец Семен Скороход заложил в районе Верхней Ангары зимовье, а в 1646 году атаман Василий Колесник построил острог, названный Верхнеангарским. Вокруг него складываются небольшие деревни, заселенные пришлыми людьми из России, а также постепенно формируются эвенкийские поселения, состоявшие из эвенкийских родов, занимавшихся охотой и поставлявшими приезжим купцам пушнину. Служилый, пашенный люд из северных и центральных губерний России находил здесь свободу, благоприятные для хлебопашества земли и обилие рыбы в озерах. В конце XVII века баргузинские власти направили сюда несколько семей, наделив их скотом, зерном, инструментом для хлебопашества. Началось постепенное освоение края. В XIX веке сюда были снаряжены научно-исследовательские экспедиции (Н.П. Григоровский, Н.В. Кирилов и др. [6]), а также промышленные артели рыбодобытчиков, снабжающих рыбой иркутских и Верхоленских купцов. Так, иркутские купцы – братья Кузнецовы снарядили экспедицию в район Верхней Ангары для получения информации о путях к Витиму. Поселения Дагары и Чичевка, находившиеся в устьях рек Верхняя Ангара и Кичера, жители которых были заняты рыбным промыслом – добычей рыбы для продажи купцам, постепенно соединяются под одним именем – Нижнеангарск [6]. Помимо рыбного промысла в Нижнеангарске проводились осенние и зимние соборные ярмарки, на которые съезжались купцы из разных сибирских городов. Кроме крупного пункта по добыче рыбы и сбору пушнины, Нижнеангарск и прилегающие территории были местом ссылки каторжан, которых царское правительство ссылало для добычи слюды, поставляемой в южную часть Прибайкалья на переработку. Были известны и золотые прииски. Уже в XX веке здесь начали организовываться государственные предприятия: рыбозавод «Гослов», пушноохотничье хозяйство. С 1955 года здесь активно велась разведка полезных ископаемых; Северобайкальской геологической экспедицией были открыты месторождения цветных металлов, кварца, сырья для производства алюминия, разрабатывались золотые прииски.

Следуя далее вдоль железной дороги по асфальтированному шоссе, минуя эвенкийское село Холодное и бамовскую станцию Кичера, через 80 километров от Нижнеангарска мы прибываем к платформе «Дзелинда». Автодорога уводит влево и после пересечения БАМа по километровой таежной дороге приводит к курортному комплексу

Северобайкальского отделения ВСЖД, построенному на берегу реки Дзелинда, правому притоку реки Верхняя Ангара. Термальные источники этих мест известны далеко за пределами региона. Ионно-солевой состав воды по формуле Курлова включает, как говорят геологи, всю таблицу Менделеева. Здесь также можно увидеть кафельные бассейны на открытом воздухе, как и на Гоуджеките. Вода имеет более высокое радоновое насыщение, и поэтому время нахождения в ней строго ограничено. Турбаза «Дзелинда» находится в ведении Северобайкальского отделения ВСЖД и принимает гостей как для лечения, так и просто для отдыха туристов в круглогодичном режиме. Структура турбазы: 1 благоустроенный корпус (24 номера), на 1-ом этаже которого имеются 2-х и 3-х местные благоустроенные номера. На 2-ом этаже – по одному 2-х и 3-х местному благоустроенному номеру. Кроме этого, имеются 7 неблагоустроенных жилых домиков с 2-х местными номерами и 1 неблагоустроенный 4-х местный домик. К услугам отдыхающих база отдыха предлагает сауну, бар, бильярд, имеется также охраняемая автостоянка. Зимой можно покататься на коньках или лыжах, которые можно взять на прокат.

В отличие от Гоуджекита, здесь чувствуется значительное влияние глубинной таежной природы: комары здесь известны своей особой силой укуса, а частое присутствие медведей в этих местах делает проживание в палатках беспокойным.

Помимо организации познавательно-оздоровительных туров в освоении северного Прибайкалья можно рекомендовать спортивно-промысловый вид туризма, например, сплав на катамаране по реке Кичера с обеспечением рыбной ловли, которой так славится эта река.

Для заброски в верховья реки можно рекомендовать вертолет местного авиаотряда, который в течение 20 минут доставит туристов и снаряжение из Нижнеангарска на озеро Кулинда в верховья реки Кичера.

Озеро Кулинда ледникового происхождения, олиготрофное. Оно расположено в 50 км вверх от устья реки Кичера, протекающей через него, и представляет собой красивейшую чашу меж горных склонов 7 км в длину и около 2 км в ширину. Площадь водного зеркала примерно равна 9 км². Озеро окружают неосвоенная тайга, горы, болота и непролазный кедровый стланик, а по берегам чистые песчаные пляжи. На юго-западном побережье озера произрастает ольха, а в подлеске - багульник и рябина. Распространены здесь такие травы, как кипрей, чистотел, бадан, осока, мох. В озере растёт шильник водяной, занесённый в Красную книгу Республики Бурятия. В местной тайге обитают изюбр, северный олень, лось, медведь, лиса, соболь.

В верхнем течении реки, перед впадением ее в озеро Кулинда, объектом спиннинговой ловли является чёрный хариус, достигающий в среднем 500 гр. веса. В восточной части озера, на мелководных плёсах в островках водной растительности, водится щука весом от 3 до 15 кг. Щука здесь необычная, она питается исключительно белым хариусом, которого в озере огромное количество, и ловить его можно, не отходя от лагеря. По прибытию на озеро Кулинда рекомендуется двухдневный отдых с рыбалкой. Но если целью путешествия является активное передвижение на маршруте, то в первый же день возможен спуск до ручьев Гольцовый и 3-й Безымянный и прохождение порога на выходе реки из озера.

Река здесь имеет крутой уклон и через 200 метров впадает в другое не менее интересное озеро Верхнее Кичерское. Это следующее олиготрофное озеро в 2 раза меньше первого, с максимальной глубиной в 45 – 50 метров и окружено также песчаным пляжем. В глубоких ямах водоема можно выловить тайменя весом от 5 до 18 кг. Здесь произрастает растение-эндемик полушник щетинковидный, представитель древнейшего рода папоротников мелового периода, исчезающий виды растений: каулина гибкая, шильник водяной. На озере гнездится чёрный аист, касатка, чёрная кряква, которые также занесены в Красную книгу Республики Бурятия.

Следующим в цепочке озер является озеро Щучье, как называют его местные жители из-за обилия щуки. Здесь рекомендуется сделать отдых. Озеро Щучье представляет собой мелководье, поросшее травой, и находится в стороне от основного русла реки. Небольшая глубина позволяет воде прогреться в летний период до +20°C. Среди озер, находящихся в

верховьях, Щучье озеро самое теплое, и здесь вполне можно купаться. Для желающих рыбачить – это исключительное место ловли щуки на спиннинг, которая клюет фактически на каждый заброс.

На выходе из озера следует самый сложный порог реки, который имеет 2 названия: Петух и Разбойник. Начинаясь густо забитой камнями шиверой длиной до 30-40 метров, он приводит к сужению русла реки, где основной поток проходит вдоль правого берега. Далее происходит свал воды по всей ширине, за которым следует целый каскад более низких сливов и бочек. При низкой воде порог не опасен. Но при высокой воде надводные камни скрываются под водой, и в этих местах образуются мощные бочки с жесткими валами. Для прохождения порога рекомендуются придерживаться правого берега, где поток мощнее, но спуск более пологий.

За порогом ниже по течению расположено озеро Окунево, известное охотой на одноименную рыбу. Через 3 км от него предстоит прохождение еще одного волнительного участка реки: при слиянии рек Кичера и ее правого притока Кичера-Москит здесь образовалась впадина с каньоном, где течение становится бурным с поперечными валами и небольшими бочками. Но далее следует участок протяженностью 3,5 км, который изобилует плесами и курумником.

Последнее испытание реки – это разводье, где основное русло реки ярко не выражено. Здесь на многочисленных протоках возможны отмели и завалы из леса. При различных уровнях воды неудобно и то, и другое. Подарком в испытаниях будет зимовье на правом берегу, где можно сделать привал.

Дальнейший сплав проходит в спокойной воде. Здесь появляются многочисленные острова, протоки, меандры. В реку впадает множество ручьев. По пути возможна остановка в урочище Красный Яр, представляющей высокий берег со срезами слоев тектонических отложений. С высоты левого берега открывается превосходный вид – обширная равнина до горизонта, обрамленная с трех сторон высокими горами с белыми пиками на вершинах.

Последний участок сплава проходит по озеру Сикили с последующим выходом в русло реки Кичера в районе железнодорожного моста. Подобное путешествие в июле, августе может занять от 3-х дней до одной недели. Расстояние в 50 километров преодолевается легко, без напряжения. Маршрут достаточно безопасный и интересный.

Организация подобных экологических туров возможна на многих северных реках, впадающих в Байкал, хотя опытных сплавщиков-спортсменов привлекают более категорийные реки Байкальской горной страны, такие как Кутима, Чая и др. Но реки, подобные Кичере, более подходят для массового туризма.

Живописные красоты других мест Северного Прибайкалья, таких как остров Ярки, курорт Хакусы, озеро Фролиха, бухта Ая, источники мыса Котельниковский, археологические памятники территории Лударь являются ценными природными объектами и притягивают тысячи туристов. Северный Байкал – уникальный комплекс ландшафтных, геологических, водных, ботанических, зоологических природно-исторических памятников.

Библиографический список:

1. Власов А.Ф. Байкал экскурсионный. / А.Ф. Власов, М.В. Кузнецова // Издание 3-е. Иркутск, 2022. – 412 с.
2. Власов А.Ф. История поселений северного побережья озера Байкал / А.Ф. Власов, М.В. Кузнецова // Известия Лаборатории древних технологий. – 2016. № 4. С. 50–57. DOI: 10.21285/2415-8739-2016-4-50-57.
3. Григоровский Н.П. Поездка на Верхнюю Ангару // Известия ВСОРГО. 1890. Т. 21. № 2. С. 1–29;
4. Кириллов Н.В. Поездка в Нижне-Ангарск Баргузинского округа на Байкале в 1885 г. // Известия ВСОРГО. 1886. Т. XVI. № 1–2. С. 1–83.
5. Термальный источник «Солнечный» в Гоуджеките: отдых рядом с озером Байкал. – URL: <https://terma-istochnik.ru/far-east/goudzhekit.html> (дата обращения: 27.04.2023).

6. Северобайкальск. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 27.04.2023).
7. Слюдянские озера. Северобайкальск. – URL: <https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/severobaykalsk/lakes/33560> (дата обращения: 27.04.2023).

РЕТРО-ТРАНСПОРТ В ТУРИЗМЕ НА ПРИМЕРЕ ПРОЕКТА «МОСКОВСКИЙ ТРАМВАЙ-КАФЕ В СТИЛЕ РЕТРО»

¹Волгина Ксения Андреевна

²Санченко Никита Александрович

³Замятина Наталья Александровна

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
Студентка 2 курса образовательной программы бакалавриата «Гостиничный и ресторанный бизнес»
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: ksushavolgina2008@gmail.com

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
Студент 2 курса образовательной программы бакалавриата «Гостиничный и ресторанный бизнес»
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: na.sanchenko@gmail.com

³ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
канд. филол. наук, доцент кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: na_zamyatina@guu.ru
ORCID: 0000-0001-8184-6304

Annotation. Retro-transport in tourism works as an additional detail to attract the attention of tourists, while demonstrating such national values of society as respect for the venerable age and the past of the Russian automotive industry. The article discusses the options for using retro transport in Moscow tourism and proposes the concept of a tram cafe in retro style.

Ключевые слова: планирование и развитие туризма, ностальгический туризм, ретро-транспорт, трамвай-кафе, тематический трамвай

Keywords: tourism planning and development, nostalgic tourism, retro transport, tram cafe, themed tram

По данным из отчёта о трендах в мировом туризме онлайн турагентства Booking.com, после пандемии самым популярным является ностальгический туризм, его выбрали 88% участников опроса [2]. Такой вид туризма достаточно часто набирает популярность после больших потрясений, возвращая ощущение доброго старого времени. Именно поэтому люди выбирают стиль ретро и ретро-транспорт. Целями и задачами нашей работы является привлечение внимания к возможностям и перспективам использования ретро-транспорта в туристических целях. Помимо увлечения ретро, согласно анализу больших данных, к главным трендам в туризме в 2023 году также относится использование технологий искусственного интеллекта в путешествии [3]. Наша концепция трамвая-кафе в стиле ретро полностью соответствует обоим тенденциям. Ретро-трамвай с возможностью проведения тематических мероприятий и использованием технологий виртуальной реальности, с помощью которой люди могут увидеть достопримечательности, которые уже нельзя увидеть вживую, как раз помогает погрузиться в атмосферу былых времен и испытать чувство ностальгии.

Ретро-транспорт в туризме

Ретро-транспорт в туризме становится все более популярным. Этот вид транспорта включает в себя древние автомобили, старинные поезда, воздушные шары, вертолеты и прочие средства передвижения. Все они имеют особый шарм, который привлекает туристов и позволяет им окунуться в атмосферу прошлого.

Старинные автомобили являются одним из самых популярных видов ретро-транспорта. Их можно арендовать для свадьбы, прогулок по городу, экскурсий и прочих мероприятий. Эти автомобили не только являются удивительным средством передвижения, но также являются настоящим произведением искусства автомобилестроения.

Старинные поезда также пользуются большой популярностью. Они оформлены в соответствии с традициями прошлых веков и позволяют туристам окунуться в атмосферу старого времени. Поездки на старинных поездах часто включают в себя экскурсии и развлечения.

Ретро-вертолеты являются еще одним уникальным видом ретро-транспорта. Они позволяют туристам насладиться красивыми панорамными видами и атмосферой ретро-стиля. Такие полеты часто включают в себя экскурсии по городу или живописной природе.

В целом, ретро-транспорт в туризме может представлять различные формы развлечений и путешествий. Он позволяет туристам увидеть прошлое через глаза исторических транспортных средств и насладиться необычным видом досуга.

В настоящее время ретро-транспорт уже работает на московский туризм: проводятся экскурсии в музеи ретро-транспорта и мероприятия – Ретро-ралли «Столица» и Парад трамваев.

В музее «Московский транспорт» хранится уникальное собрание ретро-моделей всех видов городского транспорта. Музей принимает в свою коллекцию автомобили из частных рук и реставрирует их. Экспонаты имеют большую историческую ценность, так как отражают развитие науки, техники и производства своего времени и своей страны, предпочтения людей и модные тенденции [4].

В Музее завода ЗИЛ выставлены легендарные лимузины и кабриолеты. В одном из залов воссоздан заводской корпус, там можно увидеть двигатели, аппараты и инструменты. В атмосферу прошлого погружают множество плакатов, фотографий, чертежей, которые развешены по всему музею [5].

Ретро-ралли «Столица» – это автопробег на ретро-автомобилях, который ежегодно проходит в Москве от Парка Горького до ВДНХ [6]. В нем принимают участие раритетные автомобили, выпущенные до 1946 года. Организатором мероприятия выступает Музей Транспорта Москвы, в его филиале на ВДНХ гости могут увидеть экспозицию ретро-транспорта из коллекции музея, а после окончания автопробега – узнать у участников ралли информацию об их автомобилях, об истории их приобретения и реставрации [7].

Парад трамваев в Москве – это мероприятие, посвященное годовщине начала трамвайного движения в городе. Это событие каждый год собирает несколько тысяч зрителей. В параде участвуют как исторические вагоны, отслужившие десятилетия, так и совсем новые современные модели, которые активно эксплуатируются и в наши дни. У каждого посетителя есть возможность рассмотреть и сфотографировать экспонаты не только снаружи, но и внутри. Гостей парада встречают сотрудники депо, одетые в стиле той эпохи, к которой принадлежит та или иная модель. Помимо трамваев в параде участвует предшественник трамвая – конка – повозка, которую тянула по рельсу упряжка лошадей [8].

Бизнес-модели ретро-трамваев в России и за рубежом

Бизнес-модель «Трамвай-кафе»

Для сравнительного анализа был отобран один трамвай-кафе Dante Schuggi Базель (Швейцария) [9].

Выводы.

- Старинный трамвай из музея.
- Прицепной вагон-ресторан.
- Маршрут проходит по историческим районам города.

Бизнес-модель «Городской экскурсионный маршрут»

Для сравнительного анализа были отобраны два экскурсионных трамвая Музейный трамвай. Калининград (Россия) [10]. Circuit Line № 42 Прага (Чехия) [11].

Выводы.

- городской маршрут проходит мимо главных достопримечательностей города.
- уникальные образовательные программы по историческому центру города.
- Виртуальные экскурсии

В Москве до 2020 года существовал трамвай-трактир «Аннушка», но он находится в частных руках и обслуживает только корпоративные заказы [12].

Проанализировав варианты ретро-транспорта в туризме Москвы и узнав, что с 2020 года трамвай-трактир «Аннушка» используется только для корпоративных заказов, а сам исторический вагон находится в частной собственности, мы решили заняться разработкой бизнес-модели ретро-трамвая для Музея Транспорта Москвы. Бизнес идеей нашего проекта «Московский трамвай-кафе в стиле ретро» является программа иммерсивных комбо-туров с анимационным, экскурсионным или театрализованным, а также ресторанным обслуживанием в промо-формате для тех, кто желает ощутить замедление времени. Наполнение салона исторического трамвая деталями в стиле ретро и имитация звуков из прошлого позволит окунуться в разные эпохи. Во время медленной поездки можно будет увидеть Москву с необычного ракурса или воспользоваться VR-очками и увидеть, как выглядел город из окна московского трамвая в прошлом.

В заключение повторим, что стиль ретро становится особенно актуальным во времена быстрых перемен. Ретро-трамвай станет визитной карточкой города, который развивается и при этом ценит свое прошлое. Наш проект имеет актуальную направленность на устойчивое развитие, так как обращен к национальным ценностям и демонстрирует уважение к прошлому российского автопрома.

Библиографический список:

1. Замятина Н.А. Перспективы применения ретро-транспорта в туризме / Н.А. Замятина, А.В. Збарская, М.В. Мальцева // Вестник университета. – 2021. № 9 – с 112-121.
2. Travel Predictions 2023 // Booking.com. - URL: <https://www.booking.com/articles/travelpredictions2023.html> (Дата обращения: 17.02.2023)
3. Virtual Reality in Tourism Market New Trend Analysis 2023-2030 - URL: <https://www.marketwatch.com/press-release/virtual-reality-in-tourism-market-new-trend-analysis-2023-2030-2023-04-18> (Дата обращения: 05.10.2022)
4. Музей «Московский транспорт» - URL: <https://kudago.com/msk/place/auto-retro-museum/> (Дата обращения: 18.10.2022)
5. Музей завода ЗИЛ - URL: <http://zil-museum.ru/?ysclid=lh3e31zaes352873793> (Дата обращения: 27.09.2022)
6. Ретро-ралли - URL: <https://vdmh.ru/events/retro-ralli-stolitsa/> (Дата обращения 04.04.2023)
7. Музей Транспорта Москвы - URL: <https://mtmuseum.com/?ysclid=lh3dz4yx1i74216716> (Дата обращения: 04.02.2023)
8. Парад трамваев в Москве URL: <https://www.tourister.ru/world/europe/russia/city/moscow/parades/28155?ysclid=lh3e9y7b3f295913578> (Дата обращения: 17.03.2023)
9. Трамвай-ресторан «Dante Schuggi» (г. Базель) - URL: <https://wp.tram-bus-basel.ch/2019/04/06/ce-4-4-401-dante-schuggi/> (Дата обращения: 10.10.2022)
10. Музейный трамвай (г. Калининград) - URL: <https://fvmuseum.ru/ekskursionnyy-tramvay/?ysclid=lebo284jar762341376> (Дата обращения 24.02.2023)
11. Городской маршрут «Circuit Line № 42 (г. Прага) - URL: <https://www.prague.eu/en/object/places/3870/tourist-tram-line-42?back=1> (Дата обращения: 05.11.2022)
12. Трамвай-трактир «Аннушка» - URL: <https://tramvay-annushka.ru/> (Дата обращения: 05.11.2022)

АНАЛИЗ ПОТЕНЦИАЛА РАЗВИТИЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА НА ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА КАМЕНСК–УРАЛЬСКОГО

¹Журавлева Людмила Анатольевна

²Зарубина Елена Васильевна

³Ручкин Алексей Владимирович

⁴Чупина Ирина Павловна

¹ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет», г. Екатеринбург, Россия
канд. филос. наук, доцент, доцент кафедры философии
620075, Россия, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42
Тел.: 8 (343) 221-40-40, факс: 8 (343) 371-33-63
E-mail: zhuravleva08@gmail.com

²ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет», г. Екатеринбург, Россия
канд. филос. наук, доцент, доцент кафедры философии
620075, Россия, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42
Тел.: 8 (343) 221-40-40, факс: 8 (343) 371-33-63
E-mail: ethos08@mail.ru

³ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет», г. Екатеринбург, Россия
канд. соц. наук, доцент, заведующий кафедрой философии
620075, Россия, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42
Тел.: 8 (343) 221-40-40, факс: 8 (343) 371-33-63
E-mail: alexeyruchkin87@gmail.com

⁴ФГБОУ ВО «Уральский государственный аграрный университет», г. Екатеринбург, Россия
док. экон. наук, доцент, профессор кафедры философии
620075, Россия, г. Екатеринбург, ул. Карла Либкнехта, 42
Тел.: 8 (343) 221-40-40, факс: 8 (343) 371-33-63
E-mail: irinacupina716@gmail.com

Annotation: In the article, the authors consider the tourist potential of an average city, the peculiarity of which is the industrial orientation of the economy. The authors investigate events, cultural institutions, consider the sphere of catering and hotels to assess the satisfaction of potential needs of tourists. Kamensk-Uralsky (city), Sverdlovsk region, was chosen as the research site.

Ключевые слова: туристский потенциал, индустриальный город, старопромышленный регион, услуги, питание.

Key words: tourist potential, industrial city, old industrial region, services, food.

Каменск-Уральский — город в Свердловской области на слиянии рек Каменки и Исети, в 96 километрах к юго-востоку от Екатеринбурга, третий по численности город в Свердловской области, центр Каменского городского округа, один из старейших промышленных городов Урала.

Проведем комплексный анализ туристического потенциала города. Туристский потенциал как абстрактно взятое целое включает следующие составные элементы: ресурсный, материально-технический, законодательно-правовой, информационный, организационный [1; 2].

Рассмотрим законодательно–правовой элемент туристского потенциала города Каменск – Уральский. В соответствии с Федеральным законом Российской Федерации от 28.06.2014 № 172-ФЗ «О стратегическом планировании в Российской Федерации», а также со «Стратегией развития внутреннего и въездного туризма в Свердловской области до 2030 года» в городе принята муниципальная программа «Развитие малого и среднего

предпринимательства, внутреннего и въездного туризма на территории муниципального образования город Каменск-Уральский на 2017-2021 годы» [3].

Проанализировав программу развития муниципального образования «Развитие внутреннего и въездного туризма в муниципальном образовании город Каменск-Уральский на 2017 – 2021 годы» можно отметить следующее:

- несоответствие намеченных целей стратегии ожидаемым результатам, приведенные в стратегии целевые показатели развития туризма не в полной мере отражают содержание муниципальной и региональной туристской политики;
- в стратегии отсутствуют финансовые показатели, распределенные по мероприятиям, и источники финансирования, а также статистические данные по туристской и связанной с ней деятельностью.

Далее рассмотрим материально - технический элемент туристского потенциала города Каменск–Уральский.

Гостиничная инфраструктура города Каменск-Уральского представлена 12 гостиницами, 5 санаториями-профилакториями, из них семь коллективных средств размещения прошли процедуру классификации с присвоением соответствующих категорий: гостиница «Грин холл» - 4 звезды, гостиницы «Топаз», «Камя» - три звезды и т.д. Ценовой диапазон составляет от 1500 до 7500 рублей за сутки проживания в гостиницах.

Услуги питания для туристов предлагают 4 ресторана, 5 баров и 15 кафе. И представлены, как местными предприятиями общественного питания, так и предприятиями, которые работают по франшизе мировых брендов. В объектах питания услуги соответствует требованиям Таможенного Союза и на всех объектах внедрена система ХАССП (система качества безопасности пищевой продукции на предприятии) [4].

В городе есть профессиональный драматический театр, филиалы Свердловской филармонии и театра музыкальной комедии, центр разведения экзотических птиц и животных, колокольный завод, развлекательные центры, сеть кинотеатров, фитнес-клубы с бассейном и спа-зонами и другое.

Транспортные возможности города представлены 5 междугородними маршрутами между городами: Екатеринбург, Асбест, Шадринск, Курган, Челябинск.

Приступим к описанию ресурсов туристской сферы города.

Их можно классифицировать по видам:

- природные памятники (Гора «Богатырёк», скалы «Три пещеры», Чиров лог, Каменные ворота, скала «Три брата», скала «Динозавр», скала «Слоновьи ноги» (Мамонт), скала «Четов палец», скала «Филин», Волковское обнажение шаровых лав, скалы «Ниши выветривания», Ботанический памятник природы регионального значения "Казенный посев сосны и лиственницы");
- памятники архитектуры (здание бывшей конторы Каменского казенного чугунолитейного завода, усадьба заводчиков Шамариных, усадьба купцов Воробьевых, здание Каменского женского училища, дом А. Тронина и другие);
- культурные памятники (Свято – Троицкий собор, церковь Покрова Божией Матери, Спасо – Преображенский монастырь, Храм во имя Святого благоверного великого князя Александра Невского, церковь Покрова Пресвятой Богородицы и другие);
- исторические памятники (здание Железнодорожного вокзала, Дворец культуры Железнодорожников, здание Дворца Культуры Уральского Алюминиевого завода, здание Провиантских складов и другие);
- инженерные сооружения (арочный железнодорожный мост через реку Исеть, плотина на реке Каменска, каменный мост через реку Каменску);
- современные городские объекты (монумент «Пушка», Аллея Славы, Римский фонтан на площади Горького, фонтан «Одуванчик» на площади Ленинского Комсомола, памятник Герою СССР Кунавину Г.П. и другие).
- Спортивные объекты (мототрасса «Юность», лыже – биатлонный комплекс «Березовая роща», спортивно – оздоровительный комплекс «Каменск Арена», лодочная база «Металлист» и другие);

- Городские музеи (Каменск – Уральский краеведческий музей им. И.Я. Стяжкина, Геологический музей им. В.П. Шевалева, Городской Выставочный зал). Сертификаты компетенций имеют 13 городских экскурсоводов.

Представлены в городе и туристические маршруты: межрегиональный туристический маршрут «Маршрут Великой Северной экспедиции», межрегиональная туристическая тропа «Путь Ермака», а также городские маршруты (обзорная экскурсия по городу, Храмы Каменск – Уральского, экскурсия на водном трамвайчике по Исетскому каньону, городской Селфи-маршрут и другие). Для самостоятельных путешествий в городе установлено 17 знаков-указателей достопримечательностей города на русском и английском языках [5; 6].

На территории города проходит большое количество событийных мероприятий разной направленности:

1. семейные праздники (карнавальчик на колесах, Санки - фест, парад первоклассников, Сабантуй);

2. спортивные мероприятия (Каменская прогулка, чемпионат России по Супер-кроссу и Ледовому Спидвею, Синарский марафон, соревнования по ездovому спорту «Ural stone Gate – Ultra sprint», Кросс Нации и другие);

3. культурные мероприятия (Царский звон – фестиваль колокольных звонов, Фестиваль уличного кино, рок - фестиваль «Музы и пушки» и другие).

Информационный потенциал города в сфере туризма реализует Центр развития туризма города Каменск – Уральского через распространение фото и видеоматериалов о предстоящих и прошедших событиях, организует печать листовок и каталогов событий, предоставляет информацию для создания календаря – справочника «Событий Свердловской области», информирование населения города о своей работе через сайт и социальные сети, через участие в крупных и международных туристских форумах («Большой Урал» и другие), а также самостоятельно организует событийные мероприятия.

Подводя итоги анализа существующей сферы туризма на территории города Каменск – Уральского, можно выделить следующие сильные стороны:

1. Развитие туризма на территории города Каменск – Уральского происходит в соответствии с нормативно правовыми документами стратегического планирования федерального, регионального и местного уровня, утверждено создание муниципального казенного учреждения «Центр развития туризма города Каменска-Уральского».

2. Гостиничный фонд города соответствует всем требованиям, которые предъявляются к современным отелям. Качество номеров от эконом-класса до класса люкс. Наличие ресторанов, удобное расположение, возможности трансфера.

3. За большое количество природных памятников непосредственно на территории города, его называют «Музей под открытым небом». Насладиться видами на уральскую природу возможно, как в пешеходных экскурсиях, так и во время прогулки на речном трамвайчике по Исетскому каньону.

4. На экскурсиях по городу можно окунуться историю прошлых лет, так как город имеет множество исторических и культурных памятников разных эпох, от XVIII века до XX века. Для самостоятельного изучения города имеются туристические знаки – указатели, а также маршруты на информационных ресурсах 2ГИС и izi.travel (например, «городской селфи – маршрут» и «Маршрут Великой Северной экспедиции»), доступ к которым легко и просто возможен со смартфона.

5. По итогам 2018 года Каменск – Уральский вошел в тройку городов области, где созданы лучшие условия для занятия физкультурой и спортом. В Центре города находится уникальный спортивный объект мототрасса «Юность» на которой круглогодично проходят различные зрелищные спортивные мероприятия: чемпионаты России по мотокроссу и Супер-кроссу, проходят соревнования по ездovому спорту «Ural stone Gate – Ultra sprint», дается старт массовой Каменской прогулке (аналогичной Майской прогулке в городе Екатеринбурге). Также в 2018 году впервые был организован веломарафон «Синарский», особенностью которого является уникальная трасса протяженностью 108 км по территории

трех областей: Свердловской, Курганской и Челябинской, подобного марафона на территории России больше нет.

6. В муниципальном образовании город Каменск-Уральский в рамках реализации приоритетного проекта формирование комфортной городской среды разработана муниципальная программа «Формирование современной городской среды на территории муниципального образования город Каменск-Уральский на 2017-2022 годы». В рамках этой программы были облагорожены Парк Тимирязева, а также городской парк «Космос» они стали лидерами голосования среди жителей города в списке объектов благоустройства. На территории парков организованы зоны отдыха с вело- и пешеходными дорожками, установлены скамейки и урны, а также происходит наполнение арт – объектами.

7. Центр развития туризма проводит, координирует и объединяет культурные, спортивные и событийные мероприятия и работает над продвижением города Каменск – Уральский на территории области и за ее пределами, создавая каталоги событий, участвуя в туристских форумах. До этого момента появления Центра на территории города за развитие туризма отвечал 1 специалист в составе Отдела развития потребительского рынка, предпринимательства и туризма Администрации города Каменска-Уральского. И продвижением туристического потенциала города занимались заинтересованные в этом организации в основном самостоятельно (Городской Краеведческий музей, Городское управление культуры, а также местные субъекты малого и среднего предпринимательства).

Наряду с высоким туристским потенциалом Каменска-Уральского в муниципальном образовании существует ряд факторов, сдерживающих развитие туризма, среди которых:

1. В программе развития муниципального образования «Развитие внутреннего и въездного туризма в муниципальном образовании город Каменск-Уральский на 2017 – 2021 годы» статистика носит описательный характер, то есть не дает никаких оценок развития сферы туризма. Это приводит к тому, что отсутствуют необходимые данные, как для формирования отраслевой политики, так и для оценки результативности принятых мер. Отсюда вытекает проблема отсутствия данных о структуре спроса и потребностях туристов.

На территории города Каменск - Уральский на данный момент отсутствуют средства коллективного размещения эконом класса, (дефицит хостелов, гостиниц туристского класса 1-2 звезды). А также высокий уровень цен на проживание, сравнимый с Екатеринбургом. Хотя спрос на подобные услуги среди туристов и гостей города имеется. На территории города мало предпринимателей, для которых туризм и гостеприимство являются основным бизнесом. Однако при ярко выраженном существующем потенциальном спросе сам город пока еще не в состоянии сформировать линейку туристского продукта.

2. Отсутствие средств размещения нужного формата и иной туристической деятельности около крупных туристических или спортивных объектов (например, лыже – биатлонный комплекс «Березовая роща»).

3. Низкая экологическая культура граждан и недостаточное развитие программ утилизации бытовых отходов в местах природных памятников, а также в местах пешеходных экскурсий. Отсутствие реальных ресурсов в уборке мусора в рекреационных зонах. Замусоривание территории – реальная угроза развитию туризма.

4. В настоящее время согласовательный процесс при проведении массовых мероприятий (речь идет о мероприятиях событийного туризма) является главным тормозящим фактором в организации проведения массовых мероприятий. Высокий уровень бюрократизации согласительных процедур. Длинные сроки согласований, количество людей, задействованных в организации мероприятий, недостаточно, общий процесс подготовки мероприятий затягивается. Например, при подготовке к проведению спортивного веломарафона «Синарский» 4 месяца понадобилось только для согласования маршрута марафона по территории 3 областей Свердловской, Курганской и Челябинской с различными органами власти.

5. Отсутствие на территории города единого информационного портала, призванного способствовать развитию туристского потенциала в нашем городе. На данный момент потенциальный турист или житель города вынужден тратить достаточное количество

времени в поисках нужной информации о туристских объектах и событийных мероприятиях. Также в городе отсутствует полноценный путеводитель по городу, с указанием интересных мест и событий, а также о расположении средств размещения и проведения досуга.

6. Низкая степень осведомленности жителей и гостей города о Центре развития туризма и не понимание его функций. Что приводит созданию негативного образа у населения, «разрастанием бюрократического аппарата».

Библиографический список:

1. Суркова И.Р. Элементный состав туристского потенциала РФ, его свойства, методы оценки туристского потенциала // Инновационные научные исследования. – 2021. № 12-2(14). С. 269-277. DOI 10.5281/zenodo.5846964.

2. Свиридова Н.Д. Структура управления развитием регионального туристского потенциала / Н.Д. Свиридова, А.А. Негода // Вестник Волжского университета им. В.Н. Татищева. – 2022. Т. 2, № 3(50). С. 192-200. DOI 10.51965/20767919_2022_2_3_192.

3. Об утверждении муниципальной программы «Развитие малого и среднего предпринимательства, внутреннего и въездного туризма на территории муниципального образования город Каменск-Уральский на 2017-2021 годы [Электронный ресурс]: постановление Администрации города Каменска-Уральского от 31.10.2016 № 1511. – URL: kamensk-uralskiy.ru/download/5233 (дата обращения 01.12.2021)

4. Официальный портал города Каменск-Уральский [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.kamensk-uralskiy.ru> (дата обращения 01.12.2022)

5. Попова Ю.А. Развитие туристского потенциала на примере малого города Каменска-Уральского // Молодежный научный форум "Уфимский гуманитарный научный форум": Сборник статей: к 70-летию Дегтярева Александра Николаевича, Уфа: Институт стратегических исследований Республики Башкортостан, – 2022. С. 217-221.

6. Радыгина Е.Г. Кластерный подход как эффективный способ развития туристического потенциала малых городов Свердловской области / Е.Г. Радыгина, Ю.А Попова // Социальные и экономические системы. – 2022. № 4(28). С. 241-253.

КЛЮЧЕВЫЕ ФАКТОРЫ И НАПРАВЛЕНИЯ ТРАНСФОРМАЦИИ РОССИЙСКОЙ ТУРИСТСКОЙ И ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

¹**Морозов Михаил Анатольевич,**

²**Морозов Михаил Михайлович**

¹ФГБОУ ВО «Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова», г. Москва, Россия

доктор экон. наук, профессор кафедры гостиничного и туристического менеджмента, 117997, Российская Федерация, г. Москва, Стремянный пер., 36, +7 (495) 800-12-00 доб. 23-58, доб. 23-59, E-mail: mmorozov@bk.ru

²АНО ВО «Российский новый университет», г. Москва, Россия

канд. экон. наук, доцент кафедры туризма и гостиничного дела, 105005, Российская Федерация, Москва, ул. Радио, 22, 7 (499) 321-24-68; +7 (495) 544-41-75. E-mail: m.morozov@bk.ru

Annotation: the article discusses the most important factors influencing the development of the tourism and hotel industry in modern conditions. It is shown that currently the strongest impact on tourism and hospitality is associated with sanctions restrictions imposed on the Russian Federation by unfriendly countries, ongoing global digitalization and adherence to the principles of sustainable development. It is concluded that the strategic development of tourist destinations should take into account all these factors.

Ключевые слова: туристская индустрия, гостеприимство, санкции, устойчивое развитие, цифровые технологии, туристские дестинации.

Keywords: tourism industry, hospitality, sanctions, sustainable development, digital technologies, tourist destinations.

Современный период развития туристской и гостиничной индустрии характеризуется наличием большого количества экзогенных и эндогенных факторов, некоторые из которых являются уникальными и нехарактерными для зарубежного туристского и гостиничного рынка.

Прежде всего следует остановиться на тех факторах, которые оказывают влияние на всю мировую индустрию туризма и гостеприимства. К таким факторам следует отнести:

- глобальную цифровизацию, которая сказывается как на изменении основных принципов организации бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства, так и на трансформации основных параметров самих потребителей и их предпочтений,
- ориентацию развития всего мирового сообщества на устойчивое развитие и соблюдение ESG-принципов [4],
- преодоление последствий пандемийных ограничений, продолжающих оказывать воздействие на туризм и гостеприимство,
- смену поколений и др.

Основные направления развития туризма и гостеприимства всегда были связаны с технологическими инновациями. Так в 60-годах прошлого столетия появление глобальных систем бронирования (GDS – Global Distribution System) принципиально изменило весь технологический процесс оказания услуг в индустрии туризма, привело к существенному снижению операционных затрат участников туристского рынка, повысило скорость и качество предоставления туристских и гостиничных услуг. В настоящее время одним из ключевых факторов трансформации туризма и гостеприимства является глобальная цифровизация, которая порождена четвертой промышленной революцией. Наряду с финансовым сектором туристская и гостиничная индустрия одной из первых начала применять цифровые технологии.

Отличительной особенностью цифровой экономики является то, что важнейшими активами компаний становятся информация и человеческие ресурсы. Надо отметить, в индустрии туризма и гостеприимства это было всегда, но цифровизация только усилила важность и значимость указанных активов. Информация становится самым главным и значимым ресурсом, на основе которого генерируются новые знания, а человеческий потенциал, которым обладают предприятия индустрии туризма и гостеприимства, выступает в качестве системообразующего конкурентного преимущества.

В индустрии туризма и гостеприимства нашли применение такие цифровые технологии, как:

- интернет вещей (IoT),
- виртуальная и дополненная реальность (VR/AR),
- искусственный интеллект (AI),
- большие данные (Big Data),
- машинное обучение,
- блокчейн,
- бесконтактные биометрические решения и др.

Особую значимость в индустрии туризма и гостеприимства приобретают технологии обработки и управления большими данными (Big Data), которые позволяют в рамках прогнозной аналитики получать принципиально новые знания о поведении и желаниях путешественников, прогнозировать их будущие предпочтения и пожелания. Ряд стран используют большие данные для проведения цифровых маркетинговых исследований туризма, включая изучение туристских потоков, посещаемости туристских ресурсов и др. [3]. В качестве примера можно привести обработку больших массивов данных о путешественниках и выявлении их предпочтений на основе информации социальных сетей, отзывов в Интернете.

Такие эксперименты были проведены для Нижегородской области, Ставропольского края, Мурманска, Томска, Республики Татарстан и других регионов. Крупнейшие операторы связи, в частности «МегаФон», использует свой аналитический сервис «Цифровой туризм» для изучения туристских потоков и построения цифрового образа путешественника [9].

В гостиничном бизнесе начинают применяться технологии искусственного интеллекта, в частности, технология распознавания лиц. Вход в номер по электронному ключу (смарт-карте) уже стало традиционной системой во многих гостиницах по всему миру, однако в последние годы особую востребованность приобретают бесконтактные методы доступа в номер и на территорию гостиницы. Одним из таких способов является система распознавания лиц, которая успешно применяется во многих современных гаджетах (смартфонах, планшетах) и отличается приемлемой быстротой взаимодействия и качеством распознавания. Система распознавания лиц также функционирует в московском метрополитене, технологии идентификации по лицу уже встречаются в аэропортах и гостиницах по всему миру.

Наибольшую опасность при использовании систем распознавания образов представляет вопрос защиты персональных данных, поскольку работа с цифровым пространством всегда связана с рисками цифровых атак, кражи данных, технических сбоев на серверном оборудовании, ошибок и сбоев в передаче данных. Этому аспекту следует уделить особое внимание, поскольку какие-либо происшествия с утечкой персональных данных путешественников могут нанести существенный урон репутации туристских и гостиничных предприятий. Наиболее доступным среди продукции известных брендов для обеспечения бесключевого доступа в помещение является дверной замок от Xiaomi, поддерживающий технологию распознавания лиц.

В условиях конкурентной среды в сфере туризма и гостеприимства важно постоянно совершенствовать технологии привлечения туристов и гостей отелей, развивать новые каналы продаж. Одним из таких решений может стать подключение к блокчейн-платформам для бронирования туристских и гостиничных услуг.

Технология блокчейн получила бурное развитие и широкую известность в последние годы, в частности, платформы Lock Trip, Travalat.com и др.

Важным направлением цифровизации в индустрии туризма и гостеприимства является создание мобильных приложений, обеспечивающих современный и удобный цифровой информационно-коммуникационный интерфейс для потребителя. Обычно в мобильном приложении предусматривается взаимодействие с CRM-системой туроператора, применение чат-бота, позволяющего потенциальному туристу подобрать подходящий ему туристский продукт и оформить заявку.

Следует отметить еще один важнейший фактор, воздействующий на развитие индустрии туризма и гостеприимства, - смену поколений. В настоящее время уже сформировался новый тип так называемых цифровых путешественников, для которых цифровые коммуникации являются неотъемлемым атрибутом повседневной жизни [5]. Именно эта категория туристов предъявляет особые требования к качеству информационно-коммуникационного сопровождения туристского путешествия, начиная с этапа выбора туристского продукта, включая весь период путешествия и его последующего обсуждения в социальных сетях, на специализированных туристских сайтах и т.п.

Таким образом, к глобальным ключевым факторам, определяющим направления развития туристского и гостиничного бизнеса, следует отнести:

- внедрение цифровых технологий и трансформацию многих бизнес-процессов в индустрии туризма и гостеприимства,
- появление новой категории цифровых путешественников,
- формирование экономик нового типа Sharing Economy, экономики впечатлений,
- появление принципиально новых технологий взаимодействия участников туристского рынка на базе цифровых экосистем, обеспечивающих минимизацию транзакционных затрат,
- максимальную персонификацию туристских и гостиничных услуг,
- постоянное повышение квалификации персонала предприятий индустрии туризма и гостеприимства в области цифровых компетенций.

Цифровизация индустрии туризма и гостеприимства предъявляет повышенные требования к профессиональным цифровым компетенциям персонала, что предполагает непрерывное обучение в течение всей жизни (lifelong learning).

Кроме описанных выше глобальных факторов, оказывающих влияние на мировой рынок туристских и гостиничных услуг, следует выделить специфические факторы, определяющие тренды развития российской индустрии туризма и гостеприимства. Прежде всего речь идет о санкционных ограничениях, введенных недружественными странами по отношению к России, которые коснулись многих сфер экономической деятельности, включая сферу туризма и гостеприимства [2]. Введение более жестких условий получения виз европейскими странами вплоть до полного отказа от их выдачи привели к резкому сокращению выездного потока в Европу и другие страны, проявившие недружественные визовые ограничения. Это способствовало переориентации части туристских потоков на внутренний туристский рынок, что достаточно важно для развития регионального российского туризма [7, 8]. Исходя из этого, важной тенденцией развития внутреннего российского туризма является формирование новых туристских дестинаций и туристских продуктов, ориентированных прежде всего на российских туристов.

Санкционные ограничения в IT-сфере сказываются в том числе на туристской и гостиничной деятельности, приводя к решению проблем импортозамещения [1]. Уход с российского рынка широко распространенных систем бронирования Sabre, Booking, AirBnb, которые использовали как российские предприятия туристской и гостиничной индустрии, так и самодельные российские туристы, привели к определенным проблемам, которые в настоящее время успешно решаются с помощью перехода на российское программное обеспечение [6]. Например, компания «Сирена-Трэвел» совместно с Ростехом разработали российскую систему обслуживания авиапассажиров «Леонардо», которая успешно заменила GDS Sabre.

Таким образом, можно констатировать, что помимо глобальных тенденций, характерных для всей мировой туристской и гостиничной индустрии, в России существуют дополнительные векторы развития туризма и гостеприимства:

- переориентация туристских потоков с усилением роли и значения внутреннего туризма,
- резкое снижение выездного туристского потока в Российскую Федерацию,
- уход с российского рынка ряда международных гостиничных сетей,
- активное импортозамещение IT-технологий в сфере туризма и гостеприимства.

Несмотря на негативный характер происходящих в мировой геополитике событий, они в определенной степени позитивно повлияли на развитие туристской и гостиничной индустрии, способствовали реализации внутренних резервов развития туризма и гостеприимства, активизации импортозамещения в туризме и развитию внутреннего туризма. Тем не менее, стратегические перспективы развития российской и гостиничной индустрии все-таки будут связаны с дальнейшей интеграцией в мировые туристские потоки и восстановлением единого пространства международного туризма.

Библиографический список:

1. Журдан Г.И. Проблемы импортозамещения в индустрии туризма РФ в условиях санкций. В сборнике: Актуальные проблемы современной России: психология, педагогика, экономика, управление и право. сборник научных трудов. Москва, 2022. С. 577-586.
2. Кабанова Е.Е. Влияние экономических санкций на развитие российского туризма // Экономическое развитие России. - 2023. Т. 30. № 2. С. 51-59.
3. Матвеевская А.С. Цифровые технологии международного туризма: мировой опыт // Россия в глобальном мире. - 2022. № 22(45). С. 31-41.
4. Морозов М.А. ESG-трансформация предприятий туристской и гостиничной индустрии / М.А Морозов., Н.С Морозова. // Сервис в России и за рубежом. - 2022. Т. 16. № 2 (99). С. 86-93.

5. Морозов М.А. Новые требования к качеству туристских услуг в современных реалиях / М.А Морозов., Н.С Морозова, Т.И Зворыкина. // Стандарты и качество. 2020. № 8. С. 104-108.
6. Морозов М.М. Импортзамещение в сфере туристских и гостиничных услуг// Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2023. № 1 (17). С. 4-9.
7. Morozov M.A. Tourism development of Russian territories: competitiveness, effectiveness and sustainability/ M.A Morozov, N.S Morozova, V Belyanskiy, O Belyanskaya, T Yudina. // Journal of Environmental Management and Tourism. 2017. Т. 8. №4 (20). С. 875-881.
8. Morozov M.A. Innovative development of the regional economy. / М.А Морозов., N.S Morozova., М.М Морозов., М.В Moldazhanov // Семей, 2019. - 104 с.
9. Цифровой туризм. – URL: <https://gov.megafon.ru/products/cifrovoj-turizm> (дата обращения 28-04-2023)

ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННОГО ТУРИЗМА В УРАЛЬСКОМ РЕГИОНЕ

Радыгина Евгения Геннадьевна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет», г. Екатеринбург,
Россия

канд. пед. наук, доцент, и.о. заведующий кафедрой туристического бизнеса и
гостеприимства

620144, Россия, Уральский ФО, Свердловская область, г. Екатеринбург,
ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45

Тел.: +7 (904) 984-06-00, факс: +7 (982) 709-06-20

E-mail: radygina@bk.ru

Abstract. Industrial tourism is one of the priority areas of domestic tourism, this is especially important for such industrial regions as the Urals. The article studies the factors influencing the development of industrial tourism based on data from the Ural region. The obtained conclusions can be used to study the factors of the development of industrial tourism in other regions and in Russia as a whole.

Ключевые слова: промышленный туризм, индустриальное наследие, задачи промышленного туризма, факторы развития туризма.

Keywords: industrial tourism, industrial heritage, tasks of industrial tourism, factors of tourism development.

Внимание к развитию внутреннего туризма в России в последнее время значительно возросло. Этому способствует развитие нормативно-правовой базы, реализация проектов развития туризма, появление новых приоритетных направлений туризма в регионах, а также финансирование программ, направленных на развитие туристской инфраструктуры. Одним из приоритетных направлений внутреннего туризма в России является промышленный туризм.

Промышленный туризм является актуальным направлением исследований в научных кругах. Тематикой научного туризма занимаются Никулина Ю.Н. [1], Струзберг Г.В. [2], Тимакова Р.Т., Пьянкова С.Г. [3], Рыжов С. [7]. Никулина Ю.Н. изучает туризм на действующие промышленные предприятия за рубежом и тенденции развития промышленного туризма в России, большее внимание уделяется образовательной и маркетинговой функциям промышленного туризма [1, с. 41]. Струзберг Г.В. рассматривает промышленный туризм с точки зрения профориентационной деятельности и развития промышленности [2]. Тимакова Р.Т., и Пьянкова С.Г. обращают внимание на мультипликативный эффект от промышленного туризма в регионах Большого Урала [3]. Рыжов С. Анализирует основные направления и показатели развития промышленного

туризма в регионах, обращая внимание на то, что направленность промышленного туризма связана с приоритетными направлениями промышленного развития в регионах [7].

Авторы научных публикаций исследуют промышленный туризм с различных сторон, и до сих пор не пришли к единому мнению, какие объекты относить к объектам промышленного туризма. Согласно «Стратегии развития туризма в России до 2035 года», «промышленный туризм — это посещения и мероприятия на объекте, которые позволяют посетителям понять процессы и секреты производства, относящиеся к прошлому, настоящему или будущему» [4]. Большинство авторов рассматривают промышленный туризм как посещение действующих промышленных предприятий. Однако, по нашему мнению, исходя из приведенного выше определения промышленного туризма, под промышленным туризмом следует понимать организацию туристических поездок как на действующие промышленные предприятия, так и на исторические объекты, связанные с промышленным освоением территории.

Эта позиция особенно важна для промышленных территорий Большого Урала, освоение которых началось в XVI-XVIII, и в которых к настоящему времени сохранилось достаточное количество объектов индустриального наследия и истории промышленности. Такой подход оказывает значительное влияние определение факторов развития промышленного туризма.

Одним из факторов, определяющих развитие промышленного туризма, является общий понятийный аппарат и нормативно-правовая база.

Практически все авторы, изучающие промышленный туризм, сходятся во мнении, что развитие промышленного туризма обеспечивает мультипликативный эффект, связанный с продуктовым маркетингом, формированием бренда территории, финансовым потокам в регион, развитию сопутствующих производств, созданием рабочих мест, увеличением налоговых поступлений в бюджет региона, развития услуг питания, размещения, перевозок, малого и среднего бизнеса и других направлений, обеспечивающих реализацию целей устойчивого развития территории.

Вторым фактором развития промышленного туризма является постановка задач промышленного туризма в регионе и в рамках конкретного предприятия. Если рассматривать промышленный туризм в качестве посещений как действующих производств, так и объектов индустриального наследия, то следует обратиться к двум блокам задач, представленных на рис. 1.

Первый блок, связанный с туризмом на действующие предприятия, связан с предоставлением информации о производстве и отрасли, знакомством с новыми профессиями; продвижением региональных производителей; профессиональными контактами и развитием и других.

Второй блок, связанный с посещением объектов индустриального наследия связан прежде всего с образовательными, развивающими, социальными, культурно-патриотическими задачами. Можно заметить, что этот блок задач промышленного туризма имеет очень много общего с направлениями культурно-познавательного туризма. Таким образом, аудитория промышленного туризма на действующие предприятия определяется гораздо точнее, чем аудитория промышленного туризма на объекты индустриального наследия.

Третьим фактором, влияющим на развитие промышленного туризма, следует назвать интерес руководства предприятия к реализации промышленных туров. В России доля промышленного туризма в общем объеме туристского рынка составляет 3-4%. Разбивка по регионам неравномерная. Большая часть приходится на Москву и Санкт-Петербург.

Остальные российские города имеют потенциал, но ряд факторов препятствует развитию этого направления (начиная от отсутствия инфраструктуры и заканчивая опасениями руководства раскрытия коммерческой тайны). Развитие промышленного туризма на территории Большого Урала только набирает обороты, но уже пользуется популярностью.



Рисунок 1. Блоки задач промышленного туризма

Перечень предприятий, включившихся в развитие промышленного туризма в Уральском регионе, включает всего лишь девять крупных промышленных предприятий (табл. 1).

Около 66% предприятий, активно участвующих в реализации промышленных туров, находится на территории Свердловской области. Однако, выделить основные массовые направления промышленного туризма по типу производств и выпускаемой продукции пока не представляется возможным.

И четвертым фактором стоит указать наличие финансового плана и участие государства и общественных организаций в стимулировании промышленного туризма.

Среди организаций, занимающихся развитием промышленного туризма, можно указать такие как:

- Агентство стратегических инициатив,
- Российский союз туриндустрии,
- Уральская ассоциация туризма.

Согласно статистическим данным, интенсивность туристических потоков напрямую зависит от объема государственных субсидий на развитие туризма и туристской инфраструктуры в регионе [6, с. 48].

Таблица 1. Предприятия Урала, реализующие промышленные туры

№ п/п	Наименование предприятия	Продукция	Адрес
	ПАО «Магнитогорский металлургический комбинат»	Железная руда, агломерат, чугун, сталь, прокат	Челябинская обл., г. Магнитогорск, ул. Кирова, д. 93
	ПАО «Челябинский трубопрокатный завод»	Стальные трубы	Челябинская обл., г. Челябинск, ул. Машиностроителей, д. 21
	ООО «Компания «АиР»	Клинковое оружие	Челябинская обл., г. Златоуст, ул. Таганайская, 204
	ООО «Уральские локомотивы»	Грузовые электровозы, скоростные электропоезда «Ласточка»	Свердловская обл., г. Верхняя Пышма, ул. Парковая, 36
	Мальшевский подземный рудник (принадлежит АО «Мариинский прииск»)	Месторождение изумрудов, бериллиевой руды, цезия, лития, рубидия	Свердловская обл., пгт. Мальшева, Промплощ. Западная Часть, Зона № 4, А/Я 101
	АО «Группа «СВЭЛ»	Сухие и масляные трансформаторы, токоограничивающие реакторы, распределительные устройства	Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Чернышевского, 61
	ОАО «ОЭЗ «Титановая долина»	Обработка титана	Свердловская обл., г. Екатеринбург, ул. Мальшева, д. 51, оф. 2102
	ООО «Колокольный завод «Пятков и К»	Колокола для российских храмов	Свердловская обл., г. Каменск-Уральский, ул. Революционная, д. 49А
	АО «Научно-производственная корпорация «Уралвагонзавод»	Грузовые вагоны, цистерны, танки, тракторы, трамваи, погрузчики, экскаваторы	Свердловская обл., г. Нижний Тагил, шоссе Восточное, д. 28

Следует обратить внимание, что это организации, основу деятельности которых составляет развитие туризма, а для стремительного развития промышленного туризма необходимо участие и представителей отраслей промышленности, производственных предприятий, а также муниципалитетов и региональных администраций.

Таким образом, среди основных факторов развития промышленного туризма в Уральском регионе выделяются: общий понятийный аппарат и нормативно-правовая база; постановка задач промышленного туризма в регионе и в рамках конкретного предприятия; интерес руководства предприятия к реализации промышленных туров; наличие финансового плана и участие государства и общественных организаций в стимулировании промышленного туризма.

Библиографический список:

1. Никулина Ю.Н. Промышленный туризм в мировой практике: особенности организации и тенденции развития // Интеллект. Инновации. Инвестиции. 2017. № 9. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/promyshlennyy-turizm-v-mirovoy-praktike-osobennosti-organizatsii-i-tendentsii-razvitiya> (дата обращения: 09.04.2023).
2. Струзберг Г. В. Современное состояние и перспективы развития промышленного туризма // Инфраструктурные отрасли экономики: проблемы и перспективы развития. 2013. № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sovremennoe-sostoyanie-i-perspektivy-razvitiya-promyshlennogo-turizma> (дата обращения: 09.04.2023).
3. Тимакова Р. Т., Промышленный туризм как инструмент устойчивого развития Уральского макрорегиона. / Р. Т Тимакова, С. Г Пьянкова. // Научные труды Вольного экономического общества России. - 2022. № 4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/promyshlennyy-turizm-kak-instrument-ustoychivogo-razvitiya-ural'skogo-makroregiona> (дата обращения: 09.04.2023).
4. Стратегия развития туризма в России до 2035 года / Утверждена Постановлением Правительства РФ от 20 сентября 2019 года N 2129-р (с изменениями на 7 февраля 2022 года). - URL: <https://docs.cntd.ru/document/561260503> (дата обращения: 09.04.2023).
5. Обед металлургов против all inclusive: что такое промышленный туризм // РБК-Тренды. - URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/63a063339a79473515a0ffab> (дата обращения: 09.04.2023).
6. Итоги: рейтинг «Промышленный туризм: лидеры России – 2022» // Управление производством. 31 октября 2022 г. - URL: <https://up-pro.ru/promyshlennyj-turizm/promyshlennyj-turizm-lidery-rossii-2022/> (дата обращения: 09.04.2023).
7. Рыжов С. Промышленный туризм для регионов России. Аналитика. - URL: <https://vc.ru/u/559533-sergey-ryzhov/307816-promyshlennyy-turizm-dlya-regionov-rossii-analitika> (дата обращения: 09.04.2023).

СИСТЕМА ВНЕДРЕНИЯ КОНЦЕПЦИИ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА В ГОРОДЕ-КУРОРТЕ СОЧИ

¹Сердюкова Надежда Константиновна

²Савин Михаил Дмитриевич

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (862) 268-11-05
E-mail: nserdyukova@sutr.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
Студент 2 курса по направлению «Международные гостиничные технологии»
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (938) 870-80-09
E-mail: krst263@yandex.ru

Annotation: The article considers the system of implementation of the concept of development of popular science tourism in the resort city of Sochi until 2035. Strategic initiatives for the creation of specialized general education tours are proposed, the issue of the development of the concept is studied and conclusions are drawn

Ключевые слова: Научно-популярный туризм, туры, город-курорт, Сочи, система, концепция

Keywords: Popular science tourism, tours, resort city, Sochi, system, concept

Концепция развития Научно-популярного туризма до 2035 года была утверждена Министром науки и высшего образования Фальковым Валерием Николаевичем 25 января 2023 года. В концепции определены цели и задачи перспективы развития, целевая аудитория, роль образовательных организаций, финансовое обеспечение и другие важные аспекты в развитии Научно- популярного туризма. Концепция стала основой для планирования и определения основных механизмов развития научно-популярного туризма.

Согласно концепции научно-популярный туризм — это временные выезды, осуществляющиеся по утвержденным маршрутам с посещением объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, с соблюдением требований безопасности и режима охраны указанных объектов, способствующие популяризации достижений российской науки технологий [1]

Научно-популярный туризм позволяет широкой аудитории окунуться в атмосферу научных исследований, поможет обрести ясное представление о работе ученого и популяризирует данную область в целом.

Согласно исследованию пресс-службы администрации города Сочи, Категория туристов в Сочи в возрасте от 18 до 35 лет составляет 40% от общего туристического потока в нашем регионе в год [2]. Из данного количества отдыхающих 60% увлекаются наукой. Это означает, что создания системы внедрения концепции Научно-популярного туризма города-курорта Сочи является определяющим в развитии и популяризации Научного движения в нашем Туристическом кластере.

В Сочи ключевым объектом Научно-популярного туризма является ежегодный Конгресс Молодых Ученых, который проходит в начале декабря. В 2022 году на конгрессе было более 4000 молодых людей увлеченных научной деятельностью. На протяжении трех дней были представлены круглые столы, экспертные сессии, панельные дискуссии, выставка достижений по приоритетам научно-технологического развития. Мероприятия были направлены на развитие и популяризацию научного движения среди молодых людей и школьников.

Накануне старта II конгресса Молодых ученых состоялся первый на курорте Научно-популярный тур «Путешествие в Науку: Сочи». Программа включала визит в Научно-исследовательский институт медицинской приматологии, Субтропический научный центр РАН, Ботанический сад "Дерево Дружбы", Вольерный комплекс "Лаура" Кавказского государственного природного биосферного заповедника, а также Центр управления фонтанным комплексом и Шоу светомузыкальных фонтанов в Олимпийском парке [3]

Представим результаты опроса, который проходил среди участников тура

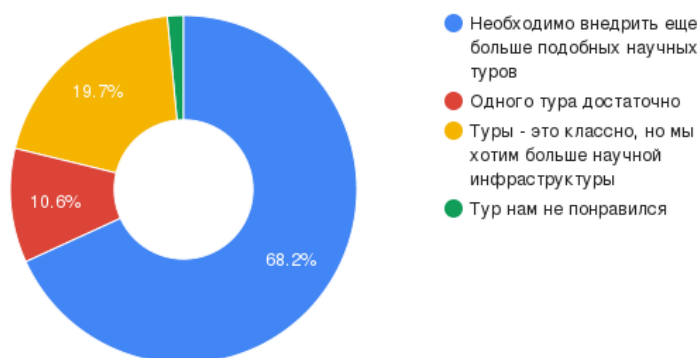


Диаграмма 1. Опрос среди участников Тура

Согласно результатам опроса 68,2% процента участников первого Научно-популярного тура поддерживают необходимость внедрения новых Научно-популярных туров на территории города-курорта Сочи, 19,7% - оценили тур, но отметили необходимость разрастания научной инфраструктуры, 10,6% - сообщили, что данный Научно- популярный тур является эталоном и другие туры не нужны, 0,2% - не оценили тур.

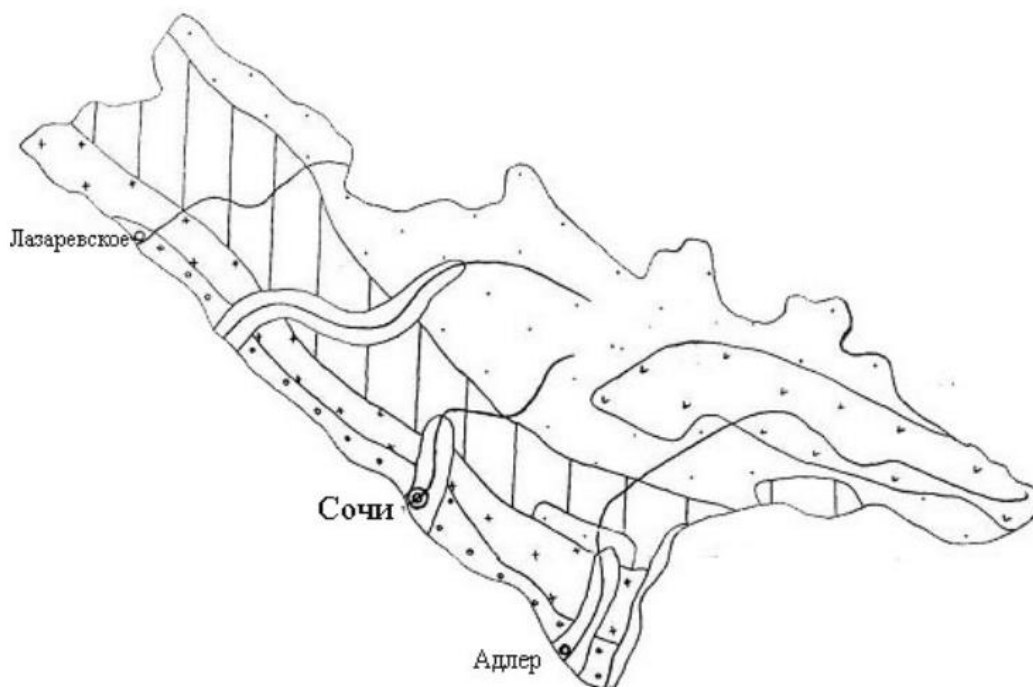
Анализируя результаты исследования можно выяснить, что большинство участников тура хотят повторить тур с другими локациями и научными объектами.

Согласно данным Сочинского Национального парка Черноморское побережье района Большого Сочи, имеет уникально разнообразный почвенный покров. С удалением от моря и поднятием в горы почвы приобретают все более темную окраску, что связано с резкой сменой высот, с изменением климата и растительности, замедлением разложения органических остатков, способствующих постепенному накоплению перегноя в верхних слоях почвенного профиля.

Современная гидроминеральная база города-курорта Сочи представлена шестью разведанными месторождениями вод с суммарными запасами 14342 м³ /сут. Отметим их - Сочинское месторождение сульфидных вод, Имеретинское месторождение лечебных минералов с запасами более 2,5 млн. тонн, Лазаревское, Мзымтенские месторождение углекислых минеральных вод, Мацестенское сероводородное месторождение и Кудепстенское йодобромное месторождение. У каждого месторождения свой минеральный состав вод и свой баланс микроэлементов.

Разнообразный почвенный покров и масштабную гидроминеральную базу региона можно использовать в Научно-популярном туризме. Создание нового тура «Исследуй природу Сочи», участники которого попробуют себя в роли Геологов и Гидрологов создаст благоприятный туристический поток молодых ученых. Туристы будут отправлены в различные почвенные и минеральные точки для изучения их состава в том числе и с помощью специального мобильного приложения и развлекательных средств. На точках будет QR сканер, который гости смогут использовать для изучения состава почвы и воды в интерактивной форме. Приложение также предоставит информацию об экосистемах, видовом разнообразии и устойчивости экологических систем в этом регионе.

Особое внимание в содержании QR-кода будет уделено наличию микро и макроэлементам в почве и воде.



Графика 1. Схема гидрогеологических рекреационных ресурсов [4]

В городе-курорте Сочи также очень распространены исторические туры. Туристы посещают исторические достопримечательности и знакомятся с историей города. Внедрение исторического тура в концепцию Научно-популярного туризма возможно посредством создания тура «Машина времени». Ключевая особенность данного тура от остальных подобных в способе познания истории. Гости будут путешествовать по эпохам и исследовать город посредством VR технологий. Технология тура «Машина времени» нашла свое применение в Московской и Санкт-Петербургской системе внедрения концепции в Научно-популярный туризм. Сочи – город с богатой историей поэтому внедрение технологии является необходимым.

Не смотря на туры, использования инновационного научного центра «Сириус» в продвижении Научно-популярного туризма в городе-курорте Сочи имеет решающее значение. На базе центра возможны проведение экскурсий и смотр лабораторий для заинтересованных научными достижениями в области химии, физики, инноватики и других наук.

На основании существующих возможностей и предложенных инициатив возможно создание системы внедрения концепции Научно-популярного туризма в городе-курорте Сочи.



Графика 2. Система внедрения концепции Научно-популярного туризма

Во главе Научно-популярного туризма в городе-курорте Сочи находится Конгресс Молодых ученых, слева находятся Научно-популярные туры «Путешествие в Науку: Сочи» и «Машина времени». Данные туры в системе представлены вместе поскольку туры представляют общее представление о науке и истории города-курорта Сочи. Тур «Исследуй природу Сочи» находится справа и отражает конкретные научные знания. Также справа существует пустое место для внедрения новых туров в систему. Снизу как основа Научно-популярного туризма в Сочи находятся Смотры Сириуса.

В результате Концепция Научно-популярного туризма в городе-курорте Сочи может быть внедрена согласно Системе, представленной выше.

Библиографический список:

1. Акты министерств и ведомств "Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года" от 25.01.2023 № ВФ1-КМ
2. В Сочи сообщили, что 40% отдыхающих в городских санаториях составляет молодежь // ТАСС. - URL: <https://tass.ru/obschestvo/17223931> (дата обращения: 01.05.2023).
3. Новый научно-популярный маршрут "Путешествие в науку: Сочи" принял первых туристов // ТАСС. - URL: <https://tass.ru/novosti-partnerov/16482883> (дата обращения: 01.05.2023)
4. Анисимов В.И. Физическая География города-курорта Сочи. / В.И. Анисимов, Н.А. Битюков // 1 изд. - Сочи: СГУТиКД, 2007.

АКТУАЛЬНОЕ СОСТОЯНИЕ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО И ТУРИСТСКОГО КОМПЛЕКСА КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В УСЛОВИЯХ ГЕОПОЛИТИЧЕСКИХ И ЭКОНОМИЧЕСКИХ ВЫЗОВОВ

¹Салеева Т.В.
²Борисенко Э.И.

¹Начальник отдела экономики и прогнозирования министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края, г. Краснодар, Российская Федерация
E-mail: saleeva_tv@mail.ru

²Старший менеджер отдела продаж коммерческой дирекции НАО «Центр «Омега», г. Краснодар, Российская Федерация
E-mail: elviranice31@rambler.ru

Annotation. This article analyzes the indicators of the economic development of the tourism sector of the Krasnodar krai in recent years. Measures of state support for organizations in order to adapt business to new economic realities are given. The main prospects for the development of the sanatorium-resort and tourist complex of the Krasnodar krai are highlighted.

Keywords: sanatorium-resort and tourist complex, state support measures, economic indicators of the development of the tourism sector, investment projects, backbone organizations.

Ключевые слова: санаторно-курортный и туристский комплекс, меры государственной поддержки, экономические показатели развития сферы туризма, инвестиционные проекты, системообразующие организации.

В последние годы Краснодарский край является регионом России, который обладает высоким уровнем туристического потенциала, а также способностью региона увеличивать свои возможности в сфере туризма.

Территория края представляет собой одну из самых перспективных и успешных площадок для развития сферы туризма, что обусловлено уникальными природно-климатическими условиями, наличием исторического и культурного наследия, позволяющим развивать практически все виды туристических услуг.

Привлекательность края для туристов и инвесторов возрастает с каждым годом, что подтверждается результатами экономического развития санаторно-курортного и туристского комплекса региона.

Объективным показателем популяризации региона является ежегодное увеличение туристического потока, который в допандемийный период достиг своего максимума в 2019 году.

Таблица 1 – Туристический поток Краснодарского края

Показатель	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	Темп роста 2019/2022 годы
Количество туристов, млн чел.	17,2	12,1	16,8	17,4	101,2 %

По оценке министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края в 2023 году динамика прироста турпотока составит более 102,0 % по сравнению с 2022 годом.

Еще одним важным показателем, характеризующим результаты работы организаций санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края, является объем услуг, который также показывает стабильный рост.

Таблица 2 – Объем услуг организаций санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края

	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	Темп роста 2019/2022 годы
Объем услуг, млрд руб.	142,5	95,2	143,4	167,8	117,8 %

По оценке министерства курортов, туризма и олимпийского наследия в 2023 году объем услуг организаций сферы туризма края будет достигнут с приростом 106,0 % по сравнению с 2022 годом.

Не первый год Краснодарский край является лидером в Южном федеральном округе по привлечению инвестиций. Санаторно-курортный и туристский комплекс не отстает от краевой тенденции и проявляет устойчивый рост на протяжении последних лет.

Таблица 3 – Объем инвестиций в основной капитал организаций санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края (по данным Краснодарстата)

	2019 год	2020 год	2021 год	2022 год	Темп роста 2019/2022 годы
Объем инвестиций, млрд руб.	6,9	7,1	9,3	16,8	в 2,4 раза

По оценке министерства курортов, туризма и олимпийского наследия в 2023 году объем инвестиций в основной капитал будет достигнут с приростом 106,0 % по сравнению с 2022 годом.

Согласно информации, приведенной в таблицах 1 и 2, в период пандемии коронавирусной инфекции, пик которой пришелся на 2020 год, наблюдается резкое падение турпотока – на 5,1 млн человек (30 %) и объема услуг – на 47,3 млрд рублей (33 %).

В условиях внешнего санкционного давления в целях оценки рисков осуществления операционной деятельности начиная с марта 2022 года организовано проведение еженедельного мониторинга системообразующих организаций.

В перечень системообразующих организаций Краснодарского края входят 72 предприятия санаторно-курортного и туристского комплекса.

Еженедельно оцениваются следующие риски:

загрузка номерного фонда;

риски отказа от поставки сырья, материалов, комплектующих, услуг иностранными и российскими поставщиками;

риск срыва доставки (транспортировки) в срок сырья, материалов, комплектующих;

риск срыва доставки (транспортировки) в срок готовой продукции покупателям (оценивается предприятиями как незначительный);

риск неплатежей со стороны покупателей за готовую продукцию (услуги) (данный риск нехарактерен для сферы туризма в связи с тем, что предоставление услуг осуществляется после их предварительной оплаты).

С начала проведения мониторинга некоторые организации санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края, расположенные на территории городов Краснодар, Геленджик, Анапа, Ейск отражали низкую загрузку номерного фонда по сравнению с плановыми показателями.

При этом недогрузка номерного фонда носила эпизодический характер и в основном наблюдалась в весенний период 2022 года, что связано с отменой бронирований, переносом проведения конгрессных и выставочных мероприятий на более поздние периоды по причине приостановления авиасообщения.

Главными рисками осуществления текущей деятельности остаются риски срыва доставки и отказа от поставки товаров и комплектующих иностранными поставщиками.

В частности, имеются проблемы с поставками оригинальных иностранных материалов и комплектующих для подвесных канатных дорог, оборудования для эксплуатации горнолыжных комплексов, систем искусственной снеготенерации, систем принудительного спуска лавин, снегоуплотнительных машин, насосного оборудования и системы электроснабжения.

Предприятия также сообщают о наличии проблем с приобретением и обслуживанием офисного и ИТ оборудования, пожарных сигнализаций, систем оповещения, камер видеонаблюдения, охранных систем электроснабжения, автоматики систем электроснабжения, систем управления зданием, оборудования кухни и прачечной различных иностранных производителей.

Для обеспечения бесперебойной деятельности организациями проводятся работа по поиску новых поставщиков товаров и запасных частей, в том числе в целях замены аналогами сопоставимого уровня качества.

По результатам работы за 2022 год и истекший период 2023 года приостановление деятельности системообразующих организаций не происходило, случаи задержки выплаты заработной платы, массового увольнения сотрудников или сокращения численности персонала, неплатежеспособности системообразующих организаций не выявлены. Предприятия санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края работают в штатном режиме.

Для поддержания предприятий в период их адаптации к работе в новых экономических реалиях на федеральном и региональном уровне принимаются меры государственной поддержки.

На данный момент реализован ряд мер поддержки бизнеса, которыми воспользовались организации санаторно-курортного и туристского комплекса Краснодарского края:

- установление нулевой ставки НДС для гостиниц и иных средств размещения на 5 лет;

- отсрочка по уплате страховых взносов;

- заморозка на уровне 2022 года кадастровой стоимости недвижимого имущества и земельных участков при исчислении налога на имущество организаций и земельного налога;

- ограничение комиссии за эквайринг;

- отмена плановых и внеплановых проверок организаций;

- продление сроков уплаты налога на имущество организаций и налога, уплачиваемого в связи с применением упрощенной системы налогообложения;

- льготы по налогу на имущество организаций для детских здравниц и прочие.

Также большой популярностью пользуются программы туристического и детского кешбэка. Предприятиями высоко оценены эти меры поддержки населения, позволяющие привлекать дополнительное количество туристов, в том числе в период межсезонья, характеризующийся резким спадом туристической активности.

Программа кешбэка на туры по России была запущена в 2020 году как антикризисная мера поддержки туристической индустрии в период пандемии коронавируса. В 2022 году мера была направлена на поддержку туристических организаций в период межсезонья.

За время действия программы ею воспользовались 4,3 млн человек, из них более 2,4 млн человек – в 2022 году. Суммарно было приобретено туров на более чем 81 млрд рублей.

Программа кешбэка за детский отдых впервые была запущена в 2021 году и продлена на 2022 год. По программе было приобретено более 800 тыс. путевок на общую сумму 22 млрд рублей.

Одним из направлений поддержки является субсидирование организаций за счет бюджетных средств. Организациям санаторно-курортного и туристского комплекса предоставляются следующие субсидии:

- на развитие туристской инфраструктуры;

- на возмещение части затрат на уплату процентов по принятым кредитным обязательствам;

на финансовое обеспечение затрат на приобретение модульных некапитальных средств размещения;

на возмещение части затрат на проведение практико-ориентированных мероприятий.

Немаловажную роль в развитии сферы туризма играет льготное кредитование.

Программы кредитования подразделяются на программы по поддержке субъектов малого и среднего предпринимательства и программы поддержки крупного бизнеса и реализуются как крупными федеральными банками, так и региональными.

Программы кредитования субъектов малого и среднего предпринимательства направлены на поддержку начинающих предпринимателей, на пополнение оборотных средств, рефинансирование действующих кредитов, инвестиционные цели. Отдельно существуют программы кредитования малого и среднего бизнеса сферы туризма.

Крупному бизнесу предоставляется возможность получить льготные кредиты на инвестиционные цели (строительство и реконструкцию объектов туристической индустрии) в рамках разнообразных программ федерального и регионального уровней. Реализация данных программ позволит в ближайшей перспективе увеличить номерной фонд средств размещения высокой категории.

Помимо этого, с 2022 года в крае для инвесторов санаторно-курортного и туристского комплекса установлена налоговая льгота по налогу на имущество организаций на срок 10 лет.

Льготное кредитование крупного бизнеса позволяет реализовывать на территории края крупные инвестиционные проекты, позволяющие не только улучшить имидж региона как курорта с высоким уровнем туристических услуг, но и обеспечить дополнительные рабочие места.

В настоящее время в министерстве курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края на сопровождении находятся ряд соглашений с общим объемом инвестиций более 300 млрд рублей. Проекты реализуются на территории городов Сочи, Анапа, Геленджик, Новороссийск, в Мостовском, Темрюкском и Туапсинском районах.

После введения объектов в эксплуатацию номерной фонд увеличится на 28 тыс. номеров, будет создано более 16,2 тыс. новых рабочих мест.

В Краснодарском крае разрабатывается масштабный проект по созданию всероссийского пляжного семейного курорта «Новая Анапа», который будет расположен в 25 км от города-курорта Анапа вблизи станицы Благовещенская. В рамках реализации проекта планируется построить средства размещения на 15 – 25 тыс. номеров, благоустроить песчаные пляжи протяженностью до 17 км, создать до 25 тыс. новых рабочих мест.

Совокупность уникальных природных ресурсов края, благоприятного инвестиционного климата и государственной поддержки является основой для появления новых точек роста, определяющих перспективные направления развития санаторно-курортного и туристского комплекса и охватывающих все виды туризма, а также смежные отрасли.

Библиографический список:

1. Указ Президента Российской Федерации от 16.03.2022 № 121 «О мерах по обеспечению социально-экономической стабильности и защиты населения в Российской Федерации».

2. Постановление Правительства Российской Федерации от 9 февраля 2021 г. № 141 «Об утверждении Правил предоставления субсидий из федерального бюджета российским кредитным организациям и государственной корпорации развития "ВЭБ.РФ" на возмещение недополученных ими доходов по кредитам, выданным по льготной ставке инвесторам для реализации инвестиционных проектов, необходимых для устойчивого развития внутреннего и въездного туризма, создания и развития туристских кластеров, способствующих развитию внутреннего и въездного туризма, и о внесении изменения в Положение о Правительственной комиссии по развитию туризма в Российской Федерации».

3. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 года № 2129-р «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года».

4. Берлин С.И. Системный мониторинг экономического развития и парадигма экономической безопасности санаторно-курортного комплекса Краснодарского края / С.И. Берлин, И.В. Попов, Т.В. Салеева // Вестник Академии знаний. – 2022. № 52(5). – С. 59–64.

5. Салеева Т.В. Некоторые подходы к государственному отраслевому управлению и стратегическому планированию (на примере туристско-рекреационного комплекса Краснодарского края) / Т.В. Салеева, Д.В. Финкин, Ю.Н. Фридрих // Экономика и предпринимательство. – 2017. № 3-2 (80). – С. 595 – 599.

6. Салеева Т.В. Тенденции развития индустрии туризма в условиях санкций против России / Т.В. Салеева, В.В. Миненкова, Д.В. Финкин // Сборник статей Кубанский государственный университет. – 2016. – С. 127–131.

7. Официальный сайт министерства курортов, туризма и олимпийского наследия Краснодарского края. - URL:<https://kurort.krasnodar.ru/> (дата обращения 17.05.2023).

8. Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея. - URL:<https://23.gosstat.gov.ru/> (дата обращения 17.05.2023).

ПРИКЛЮЧЕНЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ, ПРОБЛЕМЫ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ

¹Севрюков Иван Юрьевич

²Лучина Наталья Александровна

³Леушина Ольга Владимировна

¹ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская 52/1
Тел: 8(383)246-95-15
E-mail: i.y.sevrykov@nsuem.ru

²ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия
канд. техн. наук, доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская 52/1
Тел: 8(383)246-95-15
E-mail: n.a.luchina@nsuem.ru

³ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская 52/1
Тел: 8(383)246-95-15
E-mail: lov@bk.ru

Annotation. The article summarizes and substantiates the features of the current state and prospects for the development of one of the youngest types of tourist activity – adventure tourism. The authors, based on the analysis of the regulatory framework governing this type of tourism, draw reasoned conclusions about the need to improve legislation in order to ensure the safety of consumers of adventure tourism services.

Ключевые слова: туристская деятельность, приключенческий туризм, спортивный туризм, потребители, туристская инфраструктура.

Keywords: tourist activity, adventure tourism, sports tourism, consumers, tourist infrastructure.

Приключенческий туризм – это сравнительно молодой вид туристской деятельности. На настоящий момент он не имеет однозначной трактовки в действующем Российском законодательстве, а значит, и сказать о том, что есть единое, официальное понятие данного термина, нельзя.

В статье Никифорова А.А. «Приключенческий туризм: понятие, проблемы перспективы» дано следующее определение: «Приключенческий туризм - это любой вид туристической активности, который включает в себя физическую активность, а также взаимодействие с природой, культурный обмен или обучение, связанные с поиском туристом неизвестного и открытием нового в местах, не связанных с местом постоянного проживания» [4, с. 2]. Исходя из данного определения, можно констатировать, что приключенческий туризм – это, однозначно, активный вид туризма, подразумевающий не только физическую активность, а ее совмещение с поиском нового, или же с культурным обменом. Иными словами, программу подобного путешествия можно назвать активной как в плане физическом, так и познавательном.

Согласно ГОСТ ИСО 21103-2015 Приключенческий туризм: «Деятельность приключенческого туризма (adventure tourism activity): Деятельность в целях организации приключенческого туризма, предполагающая определенную степень подготовки или руководства и преднамеренно принятый элемент риска» [2]. Из данного определения вытекает, что деятельность в сфере приключенческого туризма, всегда предполагает какой-либо риск, при чём этот риск преднамеренный, он не возникает случайно.

В статье «Особенности приключенческого туризма и перспективы его развития в России», авторами которой являются Никонова Т.В., Гусарова В.Ю. и Пережогина О.Н., приключенческий туризм трактуется следующим образом: «Adventure tourism (приключенческий туризм) отличается оригинальностью и необычным разнообразием туров, это могут быть различные экзотические путешествия, с использованием экстремальных видов спорта, определённых средств перемещения, в то же время, подвергаясь риску и опасности жизни. К таким приключениям нужно быть не только физически подготовленным, но и морально. Рассматриваемый вид туризма целиком и полностью схож со спортивным туризмом, так как здесь применены активные виды передвижения людей, но отличается тем, что мероприятия значительно подготовлены и комфортабельны. Маршруты приключенческого туризма более безопасны, но учитывается тот факт, что могут быть определён дороже» [5, с. 2]. То есть, приключенческий туризм схож со спортивным (это также подтверждает тот факт, что приключенческий туризм всегда предполагает физическую активность), но он является в некоторой степени его более «упрощенной версией». Иными словами, если спортивный туризм имеет узкую направленность – он нацелен только на тех людей, которые уделяют спорту достаточно времени, а значит и обладают определенными физическими данными и способностями для участия в спортивных турах. Следовательно, приключенческий туризм нацелен на гораздо большую аудиторию, в силу того, что несмотря на наличие каких-либо требований к физической подготовке потенциальных участников маршрута, зачастую под эти требования подходят все люди, не имеющие проблем со здоровьем.

Таким образом, можно сделать вывод о том, что приключенческий туризм – это вид отдыха, подразумевающий в себе физическую активность с определенной долей риска, а также знакомство с чем-то новым (с культурой или же с неизученной ранее местностью). Как правило, маршруты, разрабатываемые в этой сфере, подходят не только спортсменам или людям с отличной физической подготовкой, но и путешественникам, не обладающим таковой, но при этом не имеющих проблем со здоровьем.

Приключенческий туризм привлекает внимание потребителей и интересует их, однако, как и в любой другой туристской сфере, в нем существуют свои проблемы, которые не просто влияют на его развитие, но в отдельных случаях, значительно замедляют его.

Из всех факторов, которые негативно влияют на развитие приключенческого туризма и могут быть обозначены как его проблемы, в первую очередь стоит выделить слабую правовую основу.

Основным документом, регулирующим туристскую индустрию, является закон «Об основах туристской деятельности» № 132 ФЗ от 24.11.1996 года [1]. В данном источнике можно найти основные определения, связанные с туризмом, однако в нем нет определения приключенческого туризма и практически нет требований к организации маршрутов, кроме общих правил безопасности.

Начиная с 2016 года, на территории РФ действуют два ГОСТа, регламентирующих деятельность в сфере приключенческого туризма. Один из них – ГОСТ Р ИСО 21103-2015 «Приключенческий туризм. Информация для участников». Данный ГОСТ устанавливает минимальную информацию по безопасности на маршруте, например, о предоставлении потребителю туристских услуг необходимых лицензий и свидетельств о квалификации от стороны, предоставляющей туристские услуги в сфере приключенческого туризма [2].

В ГОСТе Р ИСО 56597-2015 «Приключенческий туризм. Лидеры. Компетенция персонала» отмечена роль лидера - компетентного лица, берущего на себя ответственность за людей, и способного осуществлять и контролировать установленную деятельность. Кроме того, указываются ожидаемые результаты, требования к компетенции, и поддержание и улучшение компетенции [3].

Таким образом, приключенческий туризм, который особенно (учитывая факт наличия риска в подобных путешествиях) нуждается в правовом регулировании и стандартах, например, к организации маршрутов, практически никак не регулируется законодательно, что влечет за собой еще ряд проблем.

Так как не существует строгих требований к организации маршрутов, не уделяется особенного внимания к уровню безопасности и качества приключенческих туров, на рынке приключенческого туризма нет определенных гарантий безопасности. Туроператор не может подтвердить соответствие своего маршрута определенным нормам и стандартам, касательно безопасности, потому что таковых нет. В свою очередь клиент, приобретающий приключенческий тур, не может быть полностью уверен в его качестве, так как у него нет четкого представления о том, что из себя должен представлять качественный туристский продукт в сфере приключенческого туризма. Конечно, нельзя не отметить то, что небольшое количество стандартов и требований присутствует в законодательстве, но этого слишком мало для того, чтобы контролировать такую обширную и требующую более пристального внимания сферу.

Помимо проблем с транспортной доступностью, недостатки имеют и другие элементы туристской инфраструктуры, например, средства размещения. В частности, изучив статистику на портале, «Оценка туристского потока» и «Основные показатели деятельности коллективных средств размещения по Российской Федерации и субъектам Российской Федерации, месяцы» и сопоставив количество туристов, размещенных в коллективных средствах размещения (738 672 человека за период январь-декабрь 2022) и туристов, посетивших Алтайский край (1 571 744 человека за период январь-декабрь 2022) [8], можно сделать следующий вывод: между количеством туристов, посетившими Алтайский край и туристов, которые воспользовались услугами коллективных мест размещения, существует значительная разница. Конечно, существует вероятность, что многие из тех туристов, которые не пользовались коллективными средствами размещения, получали это размещение «неофициально», то есть снимали жилье у местных жителей, или же ночевали в палатках. Однако, в любом случае можно заметить недостаток мест размещения для желающих посетить региона с туристскими целями.

Следующей проблемой можно назвать нехватку кадров на рынке туризма в СФО. Доказывает важность и актуальность этой проблемой исследование, проведенное в статье «Современные тенденции и проблемы кадрового обеспечения в индустрии туризма (на примере регионов Сибирского Федерального округа)» [7, с.1], авторами которой являются Рубцова Н.В., Калинина И.Ю. и Евдокимова Е.А. В данной статье авторы представили результаты опроса руководителей крупных предприятий индустрии гостеприимства Сибирского федерального округа, демонстрирующие основные проблемы кадрового обеспечения в отрасли. Авторы исследования проанализировали информацию, полученную в ходе опроса и сформировали список основных проблем в сфере кадрового обеспечения в

регионах СФО. В данный список вошли проблемы повышение требований профессиональных стандартов, рассмотрение сотрудниками работу в отрасли как «временную», недостаток преподавательского состава в учебных заведениях, готовящих специалистов, малое количество практики во время обучения, рост числа вакансий, за счет открытия новых заведений [7, с. 6].

Проанализировав туристскую деятельность на территории СФО, можно заметить большой потенциал в развитии как туризма в целом, так и приключенческого, в частности. Но, как и во многих других сферах, в развитии приключенческого туризма на данной территории существуют свои проблемы, замедляющие темпы его развития. Стоит заметить, что они являются решаемыми, ведь основная их часть заключается в слабо развитой туристской инфраструктуре.

Изучая рынок приключенческого туризма в СФО, можно в первую очередь заметить туристский потенциал территории – туристы активно интересуются ей и посещают ее, что можно проследить на примере Алтайского края и статистики его туристского потока. Но, несмотря на это, анализ проблемы туризма в данном регионе показал, что нельзя не отметить тот факт, что большинство из них связаны со слабо развитой инфраструктурой.

Транспортная доступность, проблемы с количеством средств размещения и персоналом в них – все эти проблемы являются решаемыми, а значит, что при должном подходе удастся устранить их, и, как следствие, поспособствовать активному развитию приключенческого туризма на рынке СФО.

Библиографический список:

1. Федеральный закон № 132 «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24.11.1996 [Электронный ресурс] - URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (Дата обращения: 20.03.2023) - Текст: электронный.
2. ГОСТ Р ИСО 21103-2015 Приключенческий туризм. Информация для участников от 01.10.2016. - URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124395> (Дата обращения: 20.03.2023) - Текст: электронный.
3. ГОСТ Р ИСО 56597-2015 Приключенческий туризм. Лидеры. Компетенция персонала от 01.10.2016. - URL: <https://docs.cntd.ru/document/1200124392> (Дата обращения: 20.03.2023) - Текст: электронный.
4. Никифоров А. А. Приключенческий туризм: понятие, проблемы, перспективы // Достижения науки и образования. - 2018, №5(27) - С.1-3.
5. Никонова Т.В. Особенности приключенческого туризма и перспективы его развития в России / Т.В Никонова, В.Ю. Гусарова, О.Н Пережогина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2017, № 3. – С. 51-58.
6. Попова Ю.В. К вопросу о влиянии транспортной инфраструктуры на ВРП региона // Наука и социум. – 2019, № 2. – С. 119-123.
7. Рубцова Н.В. Современные тенденции и проблемы кадрового обеспечения в индустрии гостеприимства (на примере регионов Сибирского Федерального округа) / Н.В. Рубцова, И.Ю Калинина, Е.А Евдокимова. // Экономика труда. – 2019, Т. 6. № 2. – С. 991- 999.
8. Росстат. Туризм [Электронный ресурс]. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (Дата обращения: 20.04.2023)

ВЪЕЗДНОЙ ТУРИЗМ КАК ИСТОЧНИК ДОХОДНОЙ ЧАСТИ БЮДЖЕТА Г. СОЧИ

Шишкина Олеся Александровна

Начальник отдела мониторинга муниципальных финансов департамента по финансам и бюджету администрации муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края
Телефон: +79183038891
E-mail: ShishkinaOA@sochiadm.ru

Annotation. The article considers the city of Sochi as a resort that successfully translates the values of wellness and active recreation in the domestic market of tourist services. The attractiveness of the resort for recreation is described, thanks to the holding of large world-class events in it in recent years. The range of measures aimed at increasing the profitable potential of the resort is listed, thanks to the growth and development of the sanatorium industry. The volume of income is shown in figures. The participation of the municipality in state programs is noted, as well as interaction with investors, which as a result increases the competitiveness of tourism industry enterprises in the city.

Ключевые слова: инновационные идеи, доходный потенциал, городская инфраструктура, экотуризм, цифровизация туризма, сдача в аренду жилья, обеспеченность доходами жителей.

Keywords: innovative ideas, income potential, urban infrastructure, ecotourism, digitalization of tourism, rental housing, income security of residents.

Город-курорт Сочи - один из наиболее популярных и привлекательных всевозможных курортов России, имеющий уникальные природно-рекреационные ресурсы. Въездной туризм для города Сочи является одним из основных источников привлечения доходов.

А расходы туристов, приезжающих из других регионов страны, представляют собой огромные вклады в экономику курорта. Туристические продукты как товар представляют собой комплексные услуги, включающие в себя услуги в как в сфере гостеприимства, развлечений, так и транспорта, торговли и т.д.

В течении последних лет город Сочи стал привлекательным и для иностранных туристов. Немаловажную роль в привлечении огромного числа граждан из других стран в город сыграли большие мероприятия - Зимние Олимпийские и Паралимпийские игры 2014 года, затем Чемпионат мира по футболу 2018 года.

Последние годы для города Сочи стали периодом решительных действий, нестандартных подходов и инновационных идей. Появилась возможность реализовать самые важные социальные и инфраструктурные проекты в непрерывном диалоге с населением.

С целью сохранения бюджетной стабильности и мобилизации потенциальных возможностей экономики муниципалитета, в городе Сочи принят и реализован широкий спектр мер, направленных на повышение доходного потенциала.

Санаторно-курортная отрасль набирает обороты. Впервые в истории город Сочи принял за год более 7 млн. туристов.

Отдыхать в городе теперь можно круглый год. Вдоль побережья города было открыто тридцать шесть зимних пляжей, обеспеченных местами общественного питания. Значительно увеличено количество удобной пляжной мебели в местах отдыха, также имеются места для занятия различными видами спорта. Каждый день, в любую погоду, проводятся спортивные тренировки и культурные мероприятия. Установлены пункты со спасателями.

В городской бюджет в текущем году санаторно-курортная отрасль принесла более 1,5 млрд. рублей. Доходы от курортного сбора составили 760 млн. рублей. Средства курортного сбора были направлены на благоустройство парков, скверов и набережных. Работа по увеличению доходного потенциала продолжается.

По привлеченным доходам от курортно-туристских услуг город занимает 1 место, обеспечив более 57 % краевого объема отрасли.

Также город Сочи является активным участником национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», благодаря которому благоустраиваются общественные пространства, поддерживаются предприятия города, производится ремонт дорожной инфраструктуры.

В связи с активным развитием туризма внутри страны, основные туристские потоки города-курорта Сочи устойчиво сформировались в следующих направлениях - санаторно-курортного и пляжного туризма, а также горнолыжного туризма.

В городе активно идет развитие различных направлений туризма: горный туризм, альпинизм, спелеотуризм, экстремальный туризм, экологический, историко-познавательный и образовательный туризм.

Сочи - активно растущий город-курорт, крупный экономический, научный и культурный центр побережья Черного моря, мировой курорт-экополис, успешно транслирующий ценности оздоровления и активного отдыха на внутреннем и мировом рынке туристических услуг. Увеличение прямых маршрутов из аэропорта Сочи в другие города, а также в города дружественных стран, привело к значительному увеличению турпотока.

Восстановлена большая часть туристических маршрутов Сочинского национального парка, уникальные ландшафты включены в сеть экологического и историко-познавательного туризма. Ежегодно в городе проводятся патриотические молодежные тематические форумы, волонтерские и добровольческие движения, музыкальные фестивали, спортивно-развлекательные мероприятия, кинофестивали.

Муниципалитет активно сотрудничает с местными бизнесменами.

Предоставлена краевая государственная поддержка, привлечены инвестиции для реализации проектов в сельском туризме.

Налажено взаимодействие государственных органов и санаторно-курортных организаций в продвижении продуктов лечебно-оздоровительного и медицинского туризма.

Ежегодно проводятся пресс-туры по взаимодействию с тревел-блогерами с целью информирования потенциальной туристской аудитории о перспективных направлениях туризма на территории городской агломерации.

Устойчиво развивается яхтинг-туризм, налажено морское пассажирское сообщение.

Активно развивается экотуризм. Туристам предлагается посетить на территории природных объектов пригородных районов города экотропы, экопоселения, экофермы.

Также на территории города-курорта Сочи реализуются тридцать пять инвестиционных проектов в санаторно-курортной области и на туристическом рынке. В 2022 году завершена реализация инвестиционного проекта по реконструкции пансионата «Олимпийский» в поселке Дагомыс города Сочи. Объем инвестиций составил 4,6 млрд рублей. Создано 300 новых рабочих мест.

Инфраструктура и облик города ничем не уступает зарубежным курортам. Уникальные природно-климатические условия города, близость к олимпийским объектам, большое количество достопримечательностей, оказывают положительное влияние на развитие въездного туризма и формирование доступной туристской среды.

Полностью функционирует собственная городская платформа - туристический портал «Визит-Сочи» (visit-sochi.com), где по принципу «единого окна» представлены все туристические продукты и услуги – экскурсионные туры и объекты показа, санатории, отели и гостиницы, рестораны, кафе, фастфуд и т.д.

Выстроена четкая маркетинговая стратегия, в которой для продвижения товаров и услуг используются интернет и цифровые устройства. Согласно сформированному плану участия в туристических выставках и презентациях, ведется активная рекламная кампания портала visit-sochi.com. Например, появились автобусы, оформленные туристической символикой города и портала.

Утвержден план комплексного строительства по проектам «Курорт «Долина Васта» и «Сочи-Гольф Курорт», благодаря которым город Сочи получит дальнейшее постолимпийское развитие, дополнит имеющуюся инфраструктуру города.

Системная и планомерная работа по выявлению фактов нелегальной сдачи туристам в аренду объектов недвижимости продолжается. Граждане активно привлекаются к уплате налогов от доходов, полученных от данной деятельности. В рамках работы по выявлению фактов нелегальной сдачи жилья в аренду физическим лицам проведено 118 рейдов, выявлено 40 фактов нарушений.

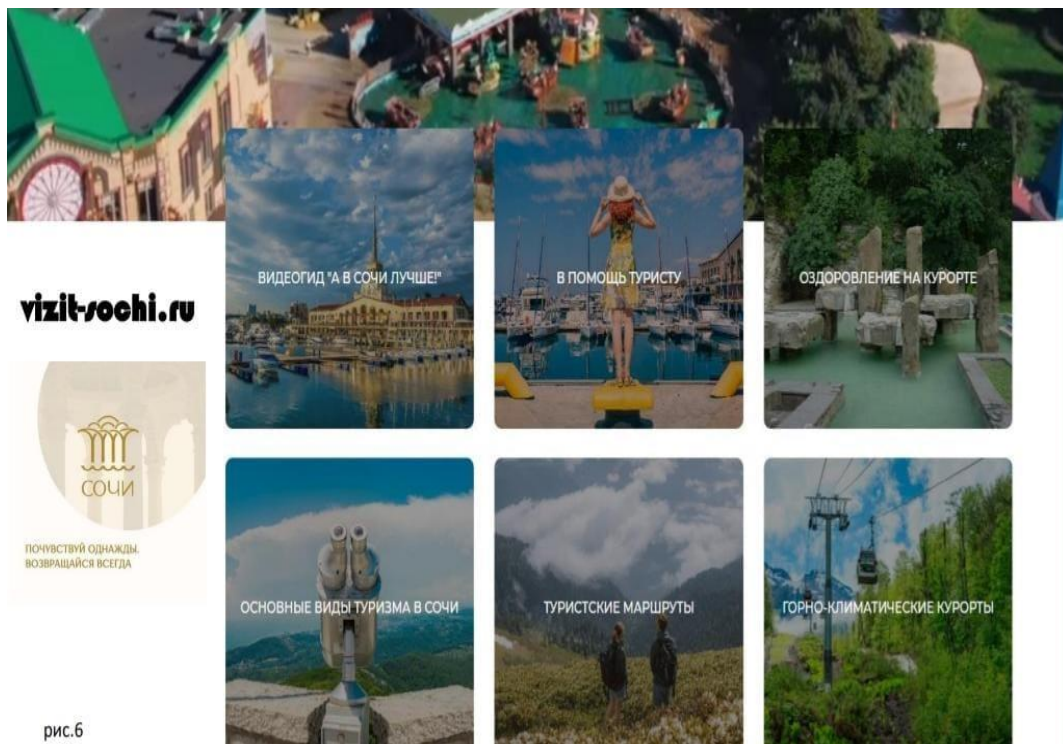


рис.6

Поводя итог, хотелось бы отметить, что показатель доходов на 1 жителя города Сочи за период с 2019 года по 2022 год увеличился почти в два раза и составил 105,1 тыс. рублей. Достигнутый уровень обеспеченности доходами жителей города обеспечен благодаря проводимой системной работе по росту экономики города, увеличению доходного потенциала бюджета, поддержке системообразующих отраслей экономики, в том числе и в условиях внешнего санкционного давления и ограничительных мер.



рис. 7

ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ МЕЖДУНАРОДНОГО ОПЫТА

Юлдашев Камол Шарифович

Докторант Международного университета туризма и культурного наследия "Шелковый путь", г. Самарканд, Узбекистан
преподаватель «Бухарского государственного университета»
140104, Узбекистан, г. Самарканд, проспект Университетский, 17
Тел: (998) 93 082-27-27
E-mail: kamolyuldashev1987@gmail.com

Abstract: The article describes and studies the segment of tourists who prefer independent travel planning, the level of its development and scientific hypotheses about how this will lead to changes in the tourism industry in the future. The needs of independent tourists are classified, and English terms related to independent tourism are classified and explained. It was considered what economic and social benefits the development of independent tourism will bring to the Republic of Uzbekistan.

Ключевые слова: самостоятельный туризм, самостоятельное путешествие, планирование путешествия, самостоятельное принятие решений, самодетельный туризм, организованный туризм, системы онлайн-бронирования.

Key words: independent tourism, independent travel, travel planning, independent decision-making, independent tourism,

Таблица 1 – Список инфраструктур, на которые ориентируются самостоятельные путешественники при планировании поездки

Поиск через веб-странице	95,36%
Брошюры	32,36%
Семья и друзья	32,15%
Журналы и газеты	28,16%
Телевизионные документальные фильмы	27,40%
Другие	23,95%
Через туристические агентства	16,83%
Facebook	13,08%
Pinterest	5,83%
Instagram	5,07%
Twitter	1,08%

На картинке на основе анкеты поясняется, как самостоятельные путешественники получают информацию о своих направлениях на начальном этапе планирования своих поездок и какими информационными туристическими услугами они пользуются. В первую очередь самостоятельные путешественники приступают к поиску необходимой информации в Интернете.

В последние годы в связи с развитием интернет-ресурсов растет спрос на самостоятельный туризм, и этот сегмент рынка получает дальнейшее развитие. Благодаря развитию современных технологий туризм становится самостоятельным и менее зависимым от туристических агентств. В последние годы, когда весь мир переходит на цифровую экономику, развитие различных электронных платформ бронирования в сфере туризма открыло перед путешественниками большие возможности для самостоятельного создания собственных программ путешествий. К ним относятся такие как booking.com, airbnb, expedia, agoda, tripadvisor, hostelworld, uber, через эти платформы все туристические организации могут регистрировать свои услуги, устанавливая прямые контакты с путешественниками и

осуществлять продажи. Эти платформы предоставляют большие возможности независимым путешественникам для организации собственных поездок.

В то же время туристические организации (гостиницы, рестораны, гиды, транспортные услуги) привели к дальнейшему увеличению продаж услуг без каких-либо посредников.

Первичные потребности в услугах при формировании поездки можно разделить на 3 категории.

Таблица 2 – Основные потребности самостоятельного туриста

Классификация потребностей самостоятельных туристов		
Потребности перед поездкой	Необходимое услуги во время поездки	Потребности после путешествия
Определить пункт назначения	Транспорт	Оценка используемых услуг
Определить продолжительность поездки	Питания	Рассуждение
Решить, путешествовать ли в одиночку или с партнером	Места для мытья	Сделать рекомендации
Исследование стоимости поездки (авиабилетов, гостиниц, питания, транспортных услуг)	Небольшие отели для краткосрочного пребывания	Поделитесь своим опытом
Начать сбор средств	Аптеки	Присоединяйтесь к Клубу независимых путешественников
	Проведение финансовых операций (обмен валют, Visa, Master Card)	Напишите недостатки поездки
	Магазины по продаже еды и одежды	
	Автозаправки и зарядные станции для электромобилей	
	Офисы продажи железнодорожных и авиабилетов	

В этой таблица изложены потребности при формировании поездки, потребности, которые важны во время поездки, и потребности после поездки. В полной и безопасной организации поездки необходимо учитывать все 3 фактора. Потому что каждый фактор важен во время путешествия. В первую очередь необходимо заранее определить пункт назначения поездки и ее продолжительность, ведь именно эти два основных фактора помогают определить расходы на поездку. Исходя из экономической ситуации в районе назначения, можно определить будущие расходы. Например, включаются такие факторы, как авиабилеты, гостиницы, расходы на транспорт и питание, чтобы добраться до пункта назначения, и на этой основе путешественник собирает достаточные средства для поездки. Индивидуальный путешественник должен учитывать эти факторы при самостоятельном путешествии.

Библиографический список:

1. Оборин М.С. Развитие самостоятельного туризма как актуальная тенденция спроса, сервис plus научный журнал. – 2022. - № 16(1). – С. 15—24. – URL: <http://file:///C:/Users/User/Downloads/razvitie-samostoyatel'nogo-turizma-kak-aktualnaya-tendentsiya-sprosa.pdf>. (15.03.2023).

2. Total visits to travel and tourism website booking.com worldwide. - 2021-2022. Published by Statista Research Department, Oct 5, 2022. - URL: <https://www.statista.com/statistics/1294912/total-visits-to-booking-website>. (15.03.2023).

3. Kenneth, Auckland University of Technology The Nature of Independent Travel. - August 2013. Journal of Travel Research - 42(1). С. 13-23. URL: <https://www.researchgate.net/publication/238430861>. (18.03.2023).

4. Yuldashev Kamol Sharifovich, Mustaqil turizmning mohiyati va uni xalqaro tajriba asosida O'zbekiston Respublikasida rivojlantirish imkoniyatlari, «Экономика и туризм» международный научно-инновационный журнал. 2022. - № 5(7). URL:<https://interjournal.uz/index.php/journals/article/view/91>. (18.03.2023).

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 1
«АКТУАЛЬНЫЕ ПОДХОДЫ И МОДЕЛИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИЗМА
И ГОСТЕПРЕИМСТВА В РАМКАХ КОНЦЕПЦИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.
РАЗВИТИЕ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ»

SUSTAINABLE RUSSIAN YOUTH ENTREPRENEURSHIP: COMMUNITY-BASED
BUSINESS OKNO FOR YOUTH LEISURE

¹**Barbotko Y.**

²**Evdokina E.**

³**Zamyatina N.**

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
Студентка 2 курса образовательной программы бакалавриата «Международный бизнес»
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: yana.barbotko@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
Студентка 2 курса образовательной программы бакалавриата «Международный бизнес»
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: katya.evdokina@mail.ru

³ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
канд. филол. наук, доцент кафедры управления в международном бизнесе и индустрии
туризма
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: na_zamyatina@guu.ru
ORCID: 0000-0001-8184-6304

Abstract: The article considers the role of community-based business for youth as a part of sustainable development in cities like Moscow and proposes a conceptual approach to non-standard leisure activities for creative youth.

Ключевые слова: устойчивое развитие, молодежное предпринимательство, бизнес на основе сообщества.

Key words: sustainable development, youth entrepreneurship, community-based business.

In the times of economic instability, it is very important to manage young people correctly. The organization of appropriate leisure is a key tool of influence, therefore it is important to introduce a concept that will have a positive impact on both young people and young entrepreneurs. The article examines the state support of youth entrepreneurship, the role of community-based business for young people as an element of sustainable development of cities like Moscow and suggests a conceptual approach to organizing non-standard leisure activities for creative youth.

Support of youth entrepreneurship

In any country's economy, the development of youth entrepreneurship is of great importance. Young people are the most active part of society, who quickly react to any changes and are capable to seize a momentum. Nowadays in Russia youth policy is actively supported by the state, which opens opportunities for young entrepreneurs to realize their own ideas and accurately determine the needs of the target audience of the same age category, thereby contributing to the socio-economic development of the country. Russian youth entrepreneurship is supported by the following state institutions: Rosmolodezh, the Association of Young Entrepreneurs of Russia, the Russian Center

for the Promotion of Youth Entrepreneurship, International and Russian Youth Chambers. There is also a very successful joint federal program of Rosmolodezh and the Ministry of Economic Development «I am an entrepreneur». The state support for youth entrepreneurship is regulated by the Federal Law No. 489-FZ of 30.12.2020 «On Youth Policy in the Russian Federation» [1].

Trends impacting youth entrepreneurship

Two major trends to be considered nowadays are sustainability and retro. The concept of the sustainable development introduced by the EU in 2012 and supported by Russia in 2018, focuses on several challenging issues like combating poverty and hunger, promoting health and well-being, quality education, decent work and economic growth, and others, a total of 17 Sustainable Development Goals (SDGs) [2]. Sustainable living is becoming increasingly important for younger generations and is a fundamental trend for creating working business models in youth entrepreneurship.

One of the strongest trends of the postpandemic time is retro style. According to the big data analysis implemented by the Booking Holdings in August 2022, 88% of respondents chose nostalgic tourism [3]. Nostalgic feelings about the 1980s in elder generations cause in youth a desire to experiment with unusual, but quite iconic styles, thus supporting the idea of the cyclical nature of fashion, making the retro style trendy in 2023. Vintage has been popularised by businesses – boutiques of vintage clothes, furnishings, retro music, and younger generations respond to it with live interest. Currently, young people are showing an increasing interest in unusual and non-standard types of leisure, so young people want to have a special place to escape from everything in a circle of like-minded people. However, most places offer standard leisure activities, such as singing, dancing, and hanging out with alcohol and smoking.

Implementation

In a process of implementing this business model it is always possible to replace one provided service with another more in demand without affecting the integrity of the concept. This indicates the dynamism of the model, its high adaptability and the pursuit for continuous improvement, which makes it durable. Young people are the most active part of the population and as an entrepreneur leading an organization of this model, ideal conditions are created for efficient, profitable and successful activity.

Advantages

Focusing a wide range of diverse services in one space makes the business more competitive, increases the number of working positions, and involves the collaboration's contracting. While products and services demand growing, it is possible to expand, open new outlets. Entrepreneurs don't have to follow an identity, our business model is created by young people for young people who love to experiment.

Consumer segment

The project adheres to the win-win philosophy - interests of all parties are involved. For young entrepreneurs and employees, there is a wide range of opportunities that contribute not only to personal and professional growth, but also to the showing of interest in their own business (due to the variation of work positions in a creative industry institution). Visitors get an individual approach, interesting events, a place to eat, a boutique with vintage clothes - a place where they can spend time comfortably in a friendly atmosphere and have fun.

Nostalgic tourism

In the nowadays world people including youths are faced with stress and anxiety. It is very important to help get rid of this state by distraction but do it correctly. Nostalgic tourism allows to discover something new or forgotten, unusual, interesting and exciting. Retro, one of the nostalgic trends, makes this possible. Sticking to the vintage theme within the establishment is a decision that can have a positive impact both emotionally and psychologically.

OKNO concept

OKNO is a specially designed urban space for creative youth keen on Techno–n-Rave, a genre of electronic dance music that originated in the 1980s. In Russia, it became especially popular in the end of the 1980s. It exploits retro style and offers various leisure services for youth. Its design with decor and furnishings in vintage style (bar counter with drinks and snacks, soda machines,

graffiti wall, etc.) conveys a unique atmosphere of Techno-n-Rave. Income is expected from catering service, advertising, paid events, sale of merchandise, etc.

Working on our business idea we compared similar solutions in Moscow to OKNO.

The Drunk Punk Bar [4] impresses visitors with a themed punk-and-rock design and menu targeted at fans of this music style. This approach is very effective. However, for the *OKNO* we consider techno music style, which is more popular with young people.

Neon signs, authentic Korean cuisine, k-pop parties, and the broadcast of dramas, all this is about the Tokpoki Cafe [5]. The increasing popularity of the Korean contemporary culture, open interest, and desire to visit the country of dorama and k-pop among Russians have prompted a resident from Moscow and Seoul to open his own bar with an unusual, but rather attractive idea. Parties and unusual atmosphere are the part that we also want to embody in the OKNO.

The Party Hard [6] is an interesting and new format for holding various kinds of events. A photographer who captures the most unforgettable moments of your holiday; possibility to bring food and drinks with you, choose the theme of the rooms, private space to meet friends and colleagues in themed rooms; a variety of entertainment (board games, video consoles, karaoke); division of spaces provides convenience to all visitors. In the OKNO we are planning to design several separate areas for various activities.

Business model.

We choose for a hybrid community-based business model, which combines many options for services offered to consumers and is based on building friendly, informal, and open relationships with visitors. The model will not only maximize the target audience by age and interest categories, but also inspire confidence from consumers in the long term. Nostalgic music salon-boutique-cafe OKNO is about meeting the interests and needs of modern youth in face-to-face communication, creativity, mobility and fun. Collaborations are planned with well-known brands that adhere to vintage style or techno music.

Location.

Moscow is interested in redevelopment of ex-industrial areas and involvement of creative industries in entrepreneurship. The Moscow Electric Plant is the best fit for youth creative space. Known for its attractive Neogothic style and surrounded by several historical objects like the Palace of Culture on Yauza and the Art Nouveau masterpiece – Nosov mansion, it is located near the metro station Elektrozavodskaya with high traffic due to its proximity to the city center [7]. The planned space of the former factory premises does not require large financial expenses for interior works.

As for promotion, well-established methods like TV, radio, billboards or posters do not impress young people. OKNO adheres to a youth-specific promotion policy using new and non-standard two-way communication methods that match their values and lifestyle:

1. Focusing on social networks popular with youth.
2. Building online communities that meet the objectives of the brand.
3. Maintaining a blog/vlog – narratives and video podcasts.
4. Developing content with a viral effect.
5. Creating advergames.
6. Designing merchandise.

Smartphones are indispensable attributes of young people's lives and the link between promos in the virtual and real world in youth entrepreneurship.

To sum up, youth entrepreneurship has a great potential for the sustainable development of the city and community-based businesses focusing on the most challenging area of concern – youth leisure.

References:

1. Romantsova, D.V., Denisevich, E.I. Challenges of youth entrepreneurship development // Young researcher. — 2015. — № 8 (88). — P. 614-618. — (in Russ.). Website. – URL: <https://moluch.ru/archive/88/17566/> (accessed: 25.04.2023).
2. Sustainable development: 17 goals. Website. – URL: <https://sdgs.un.org/goals> (accessed: 25.04.2023).

3. Travel Predictions 2023 // Booking.com. Website. – URL: <https://www.booking.com/articles/travelpredictions2023.html> (accessed: 25.04.2023).
4. Drunkpunkbar. Website. – URL: <https://www.drunkpunkbar.ru/> (accessed: 25.04.2023).
5. Tokpokki. Website. – URL: <https://sub-cult.ru/chtivo/statji/13775-nochnoj-seul-v-serdtse-moskvy-pochemu-za-samymi-ostryimi-tokpokki-stoit-idti-v-kafe-tokpokki> (accessed: 25.04.2023).
6. Party Hard. Website. – URL: <https://hardparty.ru/?ysclid=1h2c1ltqcd823172158> (accessed: 25.04.2023).
7. Electrozavod. Website. – URL: <http://electrozavod.ru> (accessed: 25.04.2023).

ПОДГОТОВКА СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ КОНТЕНТЕ

Бухарова Нигора Газиевна

Начальник отдела НИИ изучения проблем объектов культурного наследия и развития туризма при Министерстве культуры и туризма Республики Узбекистан
100077, Республика Узбекистан, г. Ташкент, Мирзо Улугбекский район, ул. Буюк ипак йули, 115 А
Телефон: +998 909740071
E-mail: nigorabuharova@gmail.com

Abstract: In the article, the author draws the reader's attention to the importance of training for sustainable tourism, a review of education in the field of sustainable tourism.

Information is provided on the development of higher and professional tourism education in Uzbekistan. The requirements for the process of training personnel, as well as for graduates in the specialties of the sphere at this stage, are noted. The development of the basic principles, methods and techniques of training in order to ensure a high level of specialists is proposed.

Ключевые слова: образование, туризм, устойчивый туризм, специальность, оптимизация, внедрение, теория, подготовка кадров, анализ, инновации.

Keywords: education, tourism, sustainable tourism, specialty, optimization, implementation, theory, training, analysis, innovation.

Образование играет центральную роль в преобразовании людей и обществ в направлении устойчивого развития. Образование для устойчивого развития - это образовательное видение сбалансировать человеческое благополучие и экономическое развитие уважая культурные традиции и бережно относясь к природным ресурсам Земли [1]. Сегодня мы применяем результаты науки об устойчивости к образовательной практике, направляя выбор целей обучения, содержание обучения, а также преподавание и методы обучения [2]. Наука об устойчивом развитии — новая и независимая научная дисциплина, в своём роде попытка включить научные исследования в физически, социально и морально сложные области с уникальной программой решения проблем [3].

Среди 17 целей устойчивого развития до 2030 года, обозначенных ООН для устойчивого развития [4], восемь из них касаются социальных аспектов. Глобальные цели устойчивого развития в 2015 году должны были покончить с бедностью, защитить планету и обеспечить процветание для всех. К сожалению решение социальных проблем продвигается медленно.

Общепризнанно, что растёт осознание важности охраны окружающей среды и острой потребности в образовании в сфере устойчивого туризма и гостеприимства. Термин «образование в области устойчивого туризма» (STE) можно рассматривать в более ранних стадиях образования, включая предмет в учебные программы и преподавание в целях охраны окружающей среды [5].

Профессиональное экономическое образование в Узбекистане прошло сложный путь. Процесс перехода от централизованной экономики к рыночной ставит перед обществом такие задачи как, создание нового рычага, который должен готовить кадры с учётом

объективных закономерностей системы в целом, постулаты и сам механизм функционирования рыночной экономики; исторические условия и предпосылки формирования и развития профессионального образования страны.

В современных условиях экономических реформ необходимо учитывать социально-экономические последствия воздействия образования на занятость населения, социальное и экономическое развитие общества, реализацию целей устойчивого развития.

Группа туристического образования (BESTEN) исследовала эволюцию образования, связанную с туризмом и устойчивостью, в течение 15 лет развития [6]. Широко распространено мнение, что образование играет важную роль в достижении устойчивого туризма [7]. Управление туризмом и сфера подготовки кадров для туристской индустрии объяснимо связаны, сфера способна к устойчивому развитию в том случае если процесс нового подхода начинается с подготовки кадров. Целенаправленный и непрерывный процесс подготовки кадров для сферы может гарантировать развитие индустрии в целом.

Какие меры и практические действия были проведены в Узбекистане в целях формирования новых принципов подготовки кадров в условиях развития туризма? Создана ли цельная общепринятая экономическая теория туризма как сферы бизнеса, инновационного управления этой индустрией и, соответственно теории управления инновационной подготовкой кадров для этой отрасли? Ведь потребность в кадрах и требования к качеству специалистов диктует бизнес, на сегодня в сфере услуг занято большее количество выпускников в качестве работников, нежели в государственных учреждениях.

Между тем, в экономической теории в целом, в том числе в экономике образования, экономики соответствующих ее отраслей, накоплен значительный методолога-теоретический, методический и практический базис и опыт, который позволяет обеспечить научные изыскания в избранном направлении исследования. При этом, во многих случаях, в сфере туризма действуют и приемлемы для нашего исследования теоретические основы, которые исследуют и продвигают научно-практические знания в области инновационного развития и предпринимательской деятельности. Можно с большой долей уверенности говорить о том, что туризм – это сфера приложения усилий как предпринимателей - современных бизнесменов, так и хорошо спланированного образовательного процесса подготовки кадров.

Сформулирована *обобщенная дефиниция* понятия «работник сферы туризма» следующим образом.

Во-первых, это бизнесмен, вложивший свой капитал в тот или иной бизнес сферы туризма, дающий доход.

Во-вторых, лицо, реализующее новое дело, со всеми исходящими и возможными последствиями.

В-третьих, это управленец, который ведёт управление процессом и имеет определённый штат работников.

Суммируя данную проблему Р. Кантильон, А. Смит, Й. Шумпетер, Л. Мизес, Р. Хизрич, П. Друкер выдвигали мнение, что, нет определения «работник сферы туризма» в эконом. теории.

Мы считаем уместным выделить и *четвертый тип* — это сотрудник, то есть человек, осуществляющий надзор за выполнением определенных действий в сфере туризма. В отличие от классических трех типов, он не вкладывает свой капитал в какую-либо деятельность, не принимает на себя риск от её возможной неудачи. Главная функция такого работника подобрать верное управление, решение проблем по мере их появления и определить не "что" надо делать, а "как" это можно практически реализовать [8].

Так, субъектом туристской деятельности выступает управляющий, объектом - турпродукт, услуга, то есть то, что создано в целях удовлетворения потребителя, и что предлагается в качестве услуг на рынке туризма [9].

Конечным продуктом является нечто материальное, но с другой стороны данная деятельность создаёт новые идеи, знания, навыки, опыт представления ценностей, обращаясь к духовному наследию предыдущих поколений, обеспечивая их сохранность и развивая политику, направленную на устойчивое развитие.

Экономическая значимость туризма высока в ВВП стран - это промышленность с огромной инфраструктурой и большим количеством рабочих мест, что непременно служит повышению благосостояния населения. Должно понимать, что для осуществления задач, стоящих перед сферой необходимо проводить инициативную, новаторскую деятельность предпринимателей, идущих на риск, верное формирование организационных, управленческих, социальных и экономических условий (взаимосвязь функций, социально-психологический климат и т.д.) турпродуктов и услуг.

Исходя из вышеуказанного хотим привести требования, которые предъявляет туристская отрасль к специалисту сферы его личностным характеристикам и деловым качествам, выдвинутые проф. Лисовым В.И. в качестве мнения, которое разделяем с автором. Эти требования включают:

- способность создавать улучшенные организационные структуры путем формирования новых производственных подразделений, умение на основе анализа структурных факторов развития видеть экономико-хозяйственные "ниши, незанятые на рынке";
- способность правильно оценивать ситуацию на рынке, все происходящее, а также намечающиеся изменения, выявлять потребности рынка;
- умение осуществлять первоначальные экономические расчеты, исходя из результатов конъюнктурного и маркетингового исследований, и на этой основе формировать выводы, стоит ли заниматься этой идеей или нет;
- готовность и способность принимать решения, основанные на принципе максимизации как собственно дохода, так и выгод потребителя;
- способность осуществлять руководство процессом реализации определенного проекта, то есть формулирование целей и задач, выработка мер по стимулированию участия подчиненных, коллег и партнеров в достижении этих целей и др. [10].

Важно отметить, что специалист сферы туризма должен обладать новаторскими способностями наряду с умением анализировать, проводить опрос мнения потребителей, быть в курсе новых направлений, это сфера где хороший специалист обладает не только экономическими знаниями, но и креативен. Важную роль в формировании этих качеств играет вся система образования, призванная оперативно реагировать на изменения внешней среды и предлагать на рынке образовательных услуг эффективные формы подготовки кадров наравне с качеством специалистов. Изучив Государственный Стандарт Узбекистана, Классификатор направлений и специальностей высшего, профессионального образования нам удалось обнаружить что, в классификаторе рабочих профессий указано несколько профессий, связанных с сферой услуг: горничная, бармен, повар и т.д., профессий, связанных с отраслью напрямую мы не обнаружили. На сегодняшний день в Узбекистане растёт количество туристов и следственно необходимость в кадрах, владеющих рабочими профессиями.

Процесс подготовки специалистов должен носить непрерывный характер, специалисты нуждаются в постоянном повышении квалификации и совершенствовании знаний. Прогнозировании с целью научного предвидения и соответствующей корректировки количественных и качественных параметров процесса подготовки кадров. Прежде всего, требуется постоянный анализ потребности в специалистах, определение направления и специальностей будущих работников сферы, создание новых направлений с учётом профессий будущего, количественный показатель потребности в кадрах, содержания и качества подготовки специалистов по всей системе непрерывного образования.

Этими аспектами обусловлено развитие области маркетинга образовательных услуг, менеджмента образовательных учреждений и т.п. Рыночные отношения диктуют повышенные требования к качеству специалистов, тем самым оказывая влияние на внутреннюю среду образовательных учреждений [11].

Подвергаясь рыночной стихии услуги социальной сферы, ее возможности, зависящие от рыночных цен, конкуренции, прибыльности и т. п., перестают решать социальные задачи и превращаются в обыкновенный товар, который достается не тем, кто в нем особенно нуждается, а тем, кто способен за него заплатить. Поэтому такие экономические рычаги, как

ценообразование, налогообложение, в необходимой мере должны здесь быть в руках не отдельных предпринимателей, а всего общества, т. е. государства [12].

Грамотное управление; методы, теоретический подход, этапы осуществления запланированных действий и мер даёт свои результаты на практике, от этого в значительной мере зависят качество и эффективность образовательного процесса. На сегодняшний день в Узбекистане функционируют 25 высших учебных заведений, (в том числе частных) готовящих специалистов для сферы туризма, в основном они готовят кадры по идентичным специальностям: тур оператор, 5A230101 экономика по отраслям и сферам, 5610300 Туризм (по направлениям деятельности), 5A610301 Туризм (по видам деятельности) соответственно Классификатора направлений и специальностей высшего образования [13].

Касательно профессионального образования в стране функционирует 10 (только государственные) колледжей и техникумов, в некоторых регионах нет учебных заведений, готовящих специалистов рабочих профессий. В Узбекистане 12 регионов. Такой отрыв в количестве естественно вызывает вопрос каков же спрос на рынке труда на специалистов в сфере туризма, которая сама из себя представляет оказание услуг.

Отметим, что процесс управления образованием на современном этапе включает четыре уровня менеджмента: общегосударственный, региональный, местный, институциональный. Среди задач, определенных общегосударственным уровнем управления хотелось сделать акцент, что в Узбекистане на сегодня сформирована политика образования, определены нормативно-правовые и финансово-экономические аспекты, создано единое образовательное пространство, выработана стратегии развития системы непрерывного образования, определены её приоритеты, проводится реализация общенациональной программы, осуществляются крупные социально-педагогические эксперименты и инновационные проекты, налажена разработка и принятие (совместно с педагогическим сообществом и региональным уровнем управления образованием, работодателей) - государственных образовательных стандартов, создание государственной системы оценки и контроля качества образования, его соответствия образовательным стандартам, проводится анализ, поддержка и активное распространение инновационной образовательной практики.

организация и содействие развёртыванию научных исследований, программ и проектов, направленных на развитие образования.

Считаем, что педагогический аспект должен обеспечить современными методами и техническими приёмами обучения с целью обеспечения высокого уровня учебных достижений обучающихся. Необходимо организовать и оказать содействие развёртыванию научных исследований, применение программ и проектов, направленных на развитие образования в контенте устойчивой экономики, интеграция производства, образования и науки, на постоянной основе проведение опроса общественности о проблемах образования, создание проектов и объявления грантов для ИПС и обучающихся.

В процессе подготовки кадров необходимо учесть, что экономическая сфера, не являясь основной в образовании не может быть упущена из вида. Прогрессивное развитие всякой системы деятельности заключается в комплексном развитии всех внутренних структур. Так, образовательная и воспитательная функции должны подкрепляться экономической.

На протяжении многих лет экономический аспект в сфере образования сводился к безвозвратному финансированию, материально-техническому снабжению, то есть к осуществлению затрат, что привело к малоэффективному и нерациональному экономическому положению высших образовательных учреждений, отсутствию стимулирования основных направлений их деятельности. Механизм управления исключал самостоятельность и сковывал инициативу в сфере образования. С появлением частных университетов в Узбекистане усилилась конкуренция на образовательном рынке, что положительно влияет на качество образования. Университеты перешли на самофинансирование, внедряется модульная система образования. Одна из главных предпосылок и причин необходимости инноваций, изменение контента образовательных дисциплин – рыночная конкуренция.

Приспосабливаясь к потребностям рынка в любой сфере товаров и услуг, желание удержаться на рынке, требует непрерывной деятельности организации по созданию новых и качественному изменению имеющихся на рынке продуктов.

В образовании Узбекистана наблюдаются серьезные изменения.

На законодательном уровне идеи демократических, гуманистических изменений в сфере образования закреплены, прежде всего, в Конституции Республики Узбекистан, законах "Об образовании" и "Национальной программе" по подготовке кадров - в законах прямого действия относительно каждого уровня образования [14]. Растущее число университетов конечно радует, но сколько вовлеченных в подготовку кадров по устойчивому туризму, большинство высших учебных заведений по-прежнему придерживаются старых традиций в области туризма, хотя устойчивость изучается уже почти четыре десятилетия, существует растущее беспокойство по поводу социальных, культурных и экологических последствий туризма при неграмотном использовании ресурсов. По итогам нашего исследования 80% ведущих академических программ в области туризма сосредоточены на гостиничном менеджменте. Сегодня необходимо начать диверсификацию учебных программ на основе более чем 100 подсекторов которые представляют прямые и косвенные выгоды для сектора туризма.

Учебная программа по туризму в большинстве университетов в настоящее время разделена на теоретическую и практическую. Считаю целесообразным разработку новых учебных программ где, количество часов, выделяемых для практики должно занимать 70%, включая выезды на места, изучение проблем методом кейс стади.

Стажировки являются экспериментальными элементами туристического образования. впоследствии они служат связующим звеном между наукой, образованием и индустрией туризма. Учебные программы по туризму должны быть более разнообразными; в настоящее время гостиничный менеджмент занимает видное место, в то время как гастрономия, мероприятия, бизнес исследования в области туризма и гостеприимства являются одними из подсекторов, требующих внимания.

Диверсификация учебных программ по туризму требует принятия во внимание осуществление компонентов обучения, касающихся системы ООН и других международных организаций, так как туризм в значительной степени многосторонний, включая образование в сфере должны служить принципам доступности и разнообразия.

В настоящее время университеты делают упор на расширение курсов, чтобы быстро реагировать на меняющийся сектор. Компетенции, включая устойчивость, доступность туризма, языковые навыки, инновации, управленческие навыки, дизайнерское мышление и лидерство среди других навыков грамотности, требуют интеграции.

Учебные программы по туризму должны включать наиболее актуальные навыки, такие как навыки цифровой грамотности, онлайн-маркетинг и коммуникативные навыки, устойчивость, предпринимательство, языковые навыки, культурное и социальное общение, инновации и творчество,

Учебные программы по направлениям Туризм должны демонстрировать характеристики международного бизнеса и важно вооружить студентов, изучающих туризм, навыкам бизнес-стратегии, управления международным бизнесом, управления человеческими ресурсами в мульти культурной работе, ИТ и сетевое взаимодействие в межкультурном контексте.

Таким образом, обновленная учебная программа по туризму должна быть рассчитана на краткий срок обучения и меняться в соответствии изменениям потребностей рынка и самой сферы.

Сегодня перед системой образования стоит новая задача - подготовить кадры предоставляя теоретические основы для понимания устойчивости в туризме. Образование в интересах устойчивого развития, зелёной экономики, цифровизации - это требования, поставленные государством перед образованием в целом и это, также является велением времени, показателем верно выбранного пути развития нации.

Библиографический список:

1. Jeronen, E. Education for Sustainable Development. In Encyclopedia of Sustainable Management; Springer: Cham, Switzerland, 2022.
2. Barth, M. Teaching and Learning in Sustainability Science. In Sustainability Science; Springer: Cham, Switzerland, 2016; pp. 325–333.
3. Nagatsu, M. Philosophy of Science for Sustainability Science. / Davis, T.; DesRoches, C.T.; Koskinen, I.; MacLeod, M.; Stojanovic, M.; Thorén, H. // Sustain. Sci. 2020, 15, 1807–1817. [CrossRef]
4. UN. Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development; United Nations: New York, NY, USA, 2015.
5. Busby, G. The Concept of Sustainable Tourism within the Higher Education Curriculum: A British Case Study. J. Hosp. Leis. Sport Tour. Educ. 2003, 2, 48–58.
6. Moscardo, G. Building Excellence in Sustainable Tourism: 15 years of Building Excellence in Sustainable Tourism Education
7. Gough, S.; Scott, W. Education and Training for Sustainable Tourism: Problems, Possibilities and Cautious First Steps. Can. J. Environ. Educ. 1999
8. Березнев С. В. Устойчивое развитие промышленного региона: социально-экономические и пространственные аспекты. / С. В. Березнев, М. К. Куманеева. // Монография - Москва: Профессор, 2015. - 182 с. - URL: <http://krorea.kuzstu.ru>
9. Кожаев Ю.П. Теоретические и практические аспекты подготовки кадров сферы туризма в развитых странах мира. / Ю.П. Кожаев, С.А. Матяш, А.В. Косоплечев, Н.Н. Алиев, Г.Н. Осмоловский, М.В. Закипной, Е.В. Козлова, А.Г. Коршунов // - Москва. – 2016: - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=22818427>
10. Лисов В. И. Управление российским образованием: федер. и регион. аспекты / В. И. Лисов. - Москва, 2005: – URL: <http://dlib.rsl.ru>
11. Ходиев Б.Ю. Приоритеты развития высшего образования и его роль в модернизации страны. Материалы международной конференции «Подготовка образованного и интеллектуально развитого поколения – как важнейшее условие устойчивого развития и модернизации страны». Т. Шарк, 2012, с. 33-3793–212. Network (BEST EN) practice. J. Clean. Prod. 2016.
12. Абчук В. А. Энциклопедия современного бизнеса: [настольная кн. делового человека] / В. А. Абчук. - СПб.: Вектор, 2005.
13. Приложение № 2 к постановлению Кабинета Министров от 16 августа 2001 г. № 343 Гос. стандарт Узбекистана. Государственные образовательные стандарты непрерывного образования Узбекистана Государственный образовательный стандарт высшего образования Классификатор направлений и (пункт 5 в редакции постановления Кабинета Министров Республики Узбекистан от 10 января 2015 года № 3 — СЗ РУ, 2015 г., № 2, ст. 21) специальностей высшего образования 11, 538–539.
14. Закон «Об образовании» Узбекистана. 19 мая 2020 г.

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ЦИФРОВЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В ПОДБОРЕ КАДРОВ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ

¹ Буюклян Лина Суреновна
² Романова Лариса Михайловна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
Магистрант направления подготовки «Гостиничное дело»
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (988) 407-69-81
E-mail: buyuklyan.l@yandex.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
Доцент, канд. экон. наук, доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (988) 237-15-82
E-mail: Lmrom@mail.ru

Abstract. Due to high competition, every company must keep up with the times, and the hospitality industry market is constantly fighting for qualified personnel. This article discusses various innovative technologies that save time for HR specialists in the selection and recruitment process.

Ключевые слова: цифровизация, индустрия гостеприимства, инновационные технологии, процесс отбора и подбора персонала, конкуренция, искусственный интеллект, CRM-платформа.

Keywords: digitalization, hospitality industry, innovative technologies, selection and recruitment process, competition, artificial intelligence, CRM platform.

Актуальность темы обусловлена необходимостью использования инновационных технологий с целью экономии времени и ресурсов в процессе отбора и найма персонала, а также с целью поддержания конкурентоспособности на рынке индустрии гостеприимства, что невозможно сделать, не используя цифровые технологии.

Цели и задачи научной работы заключаются в детальном рассмотрении всевозможных инновационных методов и цифровых технологий, которые могут быть внедрены на гостиничном предприятии с целью улучшения работы его сотрудников.

В процессе исследования использовались методы теоретического, сравнительного, эмпирического анализа, а также метод графического представления данных. Применение перечисленных методов позволило достигнуть необходимых результатов в исследовании.

Сегодня привлечение талантов становится все более важным направлением в развитии предприятий индустрии гостеприимства, особенно в связи с постоянным переходом от традиционных методов рекрутмента к цифровым технологиям с использованием инноваций. Подбор персонала становится все более технологически ориентированным, сложным и сопряжен с огромным кругом обязанностей. Поэтому крайне важно, чтобы в процессе найма было достаточно цифровых ресурсов для эффективного управления рекрутмента.

Беспрецедентно меняющаяся и противоречивая глобальная среда предлагает как новые возможности, так и множество вызовов для современного бизнеса. Чтобы адаптироваться и выжить, компании должны быстро принимать решения. Командная работа по-прежнему важна даже в условиях физического дистанцирования. Конкурентное преимущество компании коррелирует с ее человеческими ресурсами, и, следовательно, управление персоналом сталкивается с новыми трудностями, чтобы обеспечить компанию необходимыми человеческими ресурсами в этой неопределенной обстановке. Очевидным решением этих задач могут стать новые инструменты цифровизации процессов управления персоналом, а также использование технологий AIEnabled. Предварительное исследование направлено на описание достижений в цифровизации найма как основной роли управления человеческими ресурсами, и его влияние на потенциальных кандидатов на работу. Компании должны рассмотреть возможность цифровой трансформации своих процессов найма персонала, чтобы выжить и развиваться.

Чтобы свести к минимуму затраты времени и средств на привлечение лучших специалистов, а также снизить риск их потери из-за конкурентов, решения по найму, основанные на передовых технологиях, таких как искусственный интеллект, машинное обучение и блокчейн, – то, что выведет индустрию гостеприимства на новый уровень.

Неосознанным топливом, питающим бизнес каждого гостиничного предприятия, являются таланты. Без них ни один бизнес не может даже надеяться на существование, не говоря уже о том, чтобы доминировать на текущем конкурентном рынке, и поэтому привлечение квалифицированных сотрудников необходимо для каждой организации. Работодатели идут на многое, чтобы нанять лучших кандидатов, способных адаптироваться к динамичным и при этом ежедневным изменениям и продемонстрировать свои способности для внесения своего вклада в развитие предприятия.

В годы пандемии технологические таланты претерпели изменение парадигмы, что повлияло на способы поиска работы, участия в собеседованиях, получения отзывов и так далее. Методы и инструменты подбора персонала представлены на рисунке 1.



Рисунок 1. Современные методы и инструменты подбора персонала (составлено автором)

В то же время цифровая трансформация увеличила разрыв между технологиями и кадрами практически по всем направлениям. На этом этапе поиска талантов технологии сыграли значительную роль в революционном подходе к подбору персонала, создании кадровых каналов, и теперь все больше внимания уделяется инвестированию в правильные инструменты поиска, найма и развития персонала.

Согласно недавнему опросу Gartner, 66% финансовых директоров заявили об увеличении финансирования цифровых технологий, 42% из них планируют увеличить инвестиции для заполнения вакантных должностей, а 35% заявили об увеличении расходов на создание и продвижение актуальных вакансий [1].

Одним из возможных способов снижения затрат и экономии времени на привлечение лучших специалистов, при этом не теряя из-за конкурентов, является использование передовых технологий, таких как искусственный интеллект (ИИ), машинное обучение (МО) и блокчейн.

Блокчейн – цифровая база данных информации, которая отражает все совершенные транзакции. Все записи в блокчейне представлены в виде блоков, которые связаны между собой специальными ключами. При этом каждый новый блок содержит данные о предыдущем. Блокчейн применяется для хранения и передачи цифровых данных.

Цифровые базы данных могут ускорить найм кандидатов и позволить рекрутерам сосредоточиться на задачах, требующих человеческих качеств, таких как эмпатия, осознанное и увлекательное общение, консультирование по вопросам карьеры для потенциальных кандидатов и творческое мышление.

Платформы на базе искусственного интеллекта

Хотя агрегаторы вакансий, такие как Работа.ру или HeadHunter, уже почти десятилетие служат механизмами поиска работы для широко распространенных кандидатов начального и среднего звена, частые улучшения и обновления функций повышают их актуальность на рынке талантов.

Эти сайты и сервисы полагаются на искусственный интеллект и проприетарные алгоритмы, чтобы находить соискателям вакансии, соответствующие их навыкам и потребностям. Они становятся все более популярными, поскольку большие данные позволяют соискателям находить более релевантные вакансии.

Таблица 1 – Статистика вакансий по России на HeadHunter (Составлено автором по материалам [5])

Прирост вакансий		Прирост резюме	Зарплата специалиста	Конкуренция
за месяц	0%	+7%	средняя предлагаемая 58 248 р.	5 человек на 1 вакансию. Умеренный уровень конкуренции в пользу работодателя
за год	+16%	+7%		
январь-март 2023 к январю-марту 2022	+1%	+8%	средняя ожидаемая 58 606 р.	

Платформы поддерживают удаление сознательной и бессознательной предвзятости, поскольку она фильтрует большие объемы точек данных и находит наилучшее соответствие.

Система отслеживания приложений

Наиболее распространенное программное обеспечение, используемое для привлечения талантов, известно как система отслеживания кандидатов (ATS). Такие решения работают точно так, как рекламируется; они отслеживают новых кандидатов, когда они входят в систему, и позволяют предприятиям эффективно управлять ими в процессе найма.

Данные системы, мотивированные глобальным движением к инклюзивности и равным возможностям, также используются, чтобы избежать неосознанной предвзятости. Подход, основанный на данных, с использованием алгоритмов для фильтрации кандидатов может помочь сделать процесс проверки максимально объективным.

Рекрутинговые CRM

Несмотря на то, что во многих отношениях она похожа на ATS, рекрутинговая CRM (или система управления взаимоотношениями с кандидатами) представляет собой экосистему, в которой хранится важная информация о кандидатах, которые были компетентны, но не могли быть приняты на работу по разным причинам.

Когда вакансия должна быть быстро заполнена, рекрутеры могут обратиться к записям, хранящимся в CRM, чтобы активно начать поиск человека, который мог бы соответствовать этой роли. CRM-платформа для подбора персонала – это база данных талантов, которая может помочь:

- создать и поддерживать поток выдающихся талантов;
- отправлять регулярные сообщения этой группе талантов, чтобы не потерять их из поля зрения;
- выступать в качестве стратегического партнера наряду с другими функциями в организации.

Система направления сотрудников

В то время как большинство организаций решают поощрять сотрудников, находящихся ценные кадровые ресурсы, лишь немногие пошли дальше, автоматизировав процесс и облегчив поиск кандидатов, внедрив платформы, которые сканируют существующих кандидатов в поисках подходящих на определенных должности, которые актуальны на данный момент.

Особо следует отметить сетевые платформы, которые позволяют поддерживать связь с бывшими сотрудниками, вовлекать их в общение и мероприятия, а также предлагать возможности трудоустройства. Бывшие сотрудники служат мощным рекламным обеспечением для предприятия. Многие организации также используют эти сетевые платформы для передачи знаний, обучения лидерству и программ наставничества бывших сотрудников.

В 2022 году из-за глобального экономического спада организационные стратегии были нарушены, что побудило многих пересмотреть свой существующий план, поскольку рецессия привела к сокращению штатных сотрудников.

Тренды 2023 года будут развиваться в следующих направлениях: организации будут уделять приоритетное внимание повышению квалификации, переподготовке и перепрофилированию существующих талантов, чтобы наилучшим образом выдержать экономическую ситуацию. В условиях сохраняющейся неопределенности в ситуации с наймом в следующем году предложение возможностей обучения для повышения квалификации или переподготовки существующих сотрудников не только экономит время и средства, которые потребовались бы для найма и обучения персонала, но и может укрепить лояльность компании к сотрудникам, стремящимся развить свой набор навыков внутри организации.

В глобальном масштабе наблюдается рост текучести кадров из-за отсутствия вовлеченности в 2022 году. В 2023 году, по оценкам экспертов, особое внимание будет уделяться повышению вовлеченности сотрудников за счет улучшения их опыта, навыков и повышению квалификации, о чем свидетельствуют результаты опроса, представленного на рис. 2.



Рисунок 2 – Вовлеченность сотрудников как стратегический приоритет HR [7]

Еще одним инновационным решением можно назвать использование чат-ботов. HR-команды – это сердце любой организации. Чат-боты HR могут автоматизировать повторяющиеся задачи и позволить менеджерам использовать свое время для более важных задач, требующих человеческого внимания.

Согласно отчету Deloitte HR, интеллектуальные помощники или чат-боты повышают производительность на 99 %, при этом экономится 75 % времени при решении вопросов, связанных с рабочими процессами [7]. Это связано с тем, что сотрудники тратили на 50% меньше времени на административные процессы и имели больше времени, чтобы сосредоточиться на своей работе, чем на адаптацию к системе организации. Чат-боты также позволяют отслеживать цели для команд и отдельных сотрудников, что особенно полезно для оценки эффективности.

Чат-бот HR можно использовать не только для ответов на вопросы сотрудников. Также есть возможность использовать этих ботов для сбора данных о сотрудниках для принятия обоснованных решений и создания более эффективных процессов. Вы даже можете рассчитать коэффициент удержания, чтобы получить больше информации о моральном духе и настроении сотрудников, численности персонала, убыли и сводке заработной платы.

Чат-боты – это разовая инвестиция, они самообновляются и помогают сэкономить деньги на перенайме. Чат-боты могут автоматизировать большинство задач для компаний, экономя тысячи рабочих часов. Это безгранично приводит к снижению расходов при общем повышении производительности.

Автоматизация HR – это использование ИИ и инструментов автоматизации, чтобы освободить ваши HR-команды от рутинных, монотонных задач и позволить им сосредоточиться на действиях и проблемах, требующих их опыта. Это может повысить эффективность отдела кадров и сократить количество времени и денег, которые организация должна тратить на ручное планирование и обработку кадров.

Рекрутеры широко используют рекрутинговых ботов, чтобы проверять кандидатов, взаимодействовать с ними, помогать им понять, чего от них можно ожидать, если они будут выбраны, и даже получать представление о поведении кандидатов. Это даже помогает сэкономить время и деньги для компании. Эти боты могут быть развернуты на таких каналах, как WhatsApp, Facebook Messenger, Telegram, Twitter, Instagram или даже на веб-сайте компании.

Чат-боты HR позволяют HR-командам взаимодействовать с каждым сотрудником индивидуально. Он может поддерживать регулярные контакты с каждым сотрудником в течение всего года и помогать им в различных аспектах. Они также могут обнаруживать любые проблемы, требующие эскалации или вмешательства человека. Чат-боты также используются в отделе кадров для найма сотрудников и для того, чтобы помочь сотрудникам

получить доступ к политикам, формам и документам, а также помочь сотрудникам отслеживать свою посещаемость и подавать заявки на отпуск [6].

Чат-боты могут улучшить работу сотрудников, отвечая на их вопросы круглосуточно и без выходных. Эти боты предоставляют сотрудникам ответы на вопросы о пособиях, расписании, страховке, отпусках и больничных. Они даже предлагают быстрые, персонализированные ответы на свои запросы, тем самым создавая очень позитивный и приятный опыт сотрудников.

Одним из механизмов поддержания и повышения конкурентного преимущества компании, является грамотный отбор при приеме на работу квалифицированного, конкурентоспособного, мотивированного персонала, обладающего компетенциями, необходимыми для успешного развития, осуществления деятельности, решения поставленных задач, возникающих проблем и вызовов.

Отсутствие технологии подбора персонала, не соответствие её требованиям и задачам организации для которой персонал подбирается, приводят к приему на работу не квалифицированного персонала, не соответствующего целям компании, не мотивированного на результат персонала, что соответственно, повышает затраты на обучение, содержание такого персонала, а также снижает конкурентоспособность компании, повышает текучесть кадров. В итоге приводит к потере прибыли и убытку.

Подбор мотивированных сотрудников, имеющих знания, умения, навыки необходимые для функционирования, развития и роста компании, ведет к повышению конкурентоспособности компании на рынке.

При подготовке специалистов для предприятий индустрии гостеприимства необходимо включить в учебный процесс технологию изучения рекрутинговых CRM, что позволит расширить знания молодых специалистов не только в области HR, но и показать свои навыки пользоваться цифровыми платформами, так как данные навыки являются неотъемлемой частью жизни современного человека. Существующие инновационные методы и технологии организации деятельности на предприятиях индустрии гостеприимства являются большим подспорьем бизнес-процессам, от правильной организации которых зависит дальнейший успех предприятия.

К современным технологиям, которые также оказывают значительное влияние на деятельность организации в положительном ключе относятся чат-боты, блокчейны, платформы на базе искусственного интеллекта и всеми используемые социальные сети, которыми должны владеть специалисты индустрии гостеприимства.

Библиографический список:

1. Автоматизация рекрутинга: ускоряем процесс подбора персонала. – URL: <http://hrdocs.ru/poleznaya-informacziya/avtomatizatsia-rekrutinga/> (дата обращения: 29.04.2023).

2. Кравченко П. П. Исследование опыта организации корпоративного обучения и анализ компетенций сотрудников предприятий для внедрения цифровых технологий // *Лидерство и менеджмент*. – 2022. – № 4. – С. 1159-1172.3 – URL: <https://1economic.ru/lib/116967> (дата обращения: 29.04.2023).

3. Новые правила игры в цифровую эпоху // «Международные тенденции в сфере управления персоналом» за 2021 год. – URL: <https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/humancapital/russian/hc-2017-global-humancapital-trends-gx-ru.pdf> (дата обращения: 29.04.2023).

4. Подбор персонала. [Электронный ресурс]. – URL: https://www.hrdirector.ru/podbor?from=main_menu (дата обращения: 29.04.2023).

5. Статистика по России. [Электронный ресурс] URL: <https://stats.hh.ru/> (дата обращения: 29.04.2023).

6. Smart HR: цифровые технологии в управлении персоналом. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.superjob.ru/announcements/211921/> (дата обращения: 29.04.2023).

7. HR-чат-боты: 7 способов автоматизировать работу отдела кадров и сэкономить время. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.engati.com/blog/hr-chatbots> (дата обращения: 29.04.2023).

8. Юрко И.О. Цифровизация техник подбора персонала в условиях современного развития компаний // Universum: экономика и юриспруденция. – 2021. – №4. – С. 61. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/tsifrovizatsiya-tehnik-podbora-personala-v-usloviyah-sovremennogo-razvitiya-kompaniy/viewer> (дата обращения: 29.04.2023).

ЗНАЧЕНИЕ И РОЛЬ МЕТОДА 360 ° ДЛЯ ОЦЕНКИ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ

**¹Ветитнев Александр Михайлович,
²Агафонов Антон Сергеевич**

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия,
доктор экон. наук, ведущий научный сотрудник
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (862) 264-32-03, факс: 8 (862) 264-88-68
E-mail: polina@sochi.com

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия,
аспирант
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (862) 264-32-03, факс: 8 (862) 264-88-68
E-mail: senior.fonya505@yandex.ru

Annotation. The authors propose the introduction of the 360 degree method for the study of the personnel potential of service enterprises. Methodological approaches to the assessment of personnel in the service sector using the 360 degree method are presented. The usefulness of the method for service sector enterprises is shown and some directions for improving personnel management in the service sector are proposed.

Ключевые слова: сфера услуг; развитие кадрового потенциала; метод 360
Keywords: service sector; human resources development; 360 degree method

Для повышения социально-экономической эффективности и качества обслуживания населения в отраслях сферы услуг возникает необходимость оценки кадрового потенциала, работающего на предприятиях сферы услуг. Для такой оценки хорошо себя зарекомендовал такой метод как 360 ° [1, 2, 3, 6, 7, 8]. Очевидно, что методика 360 градусов эффективна для управления персоналом на всех звеньях, в которой оцениваются результаты труда каждого сотрудника с пяти сторон (собственная самооценка, руководство, клиенты, подчиненные, коллеги) и наблюдается обратная связь. Определяя практическую значимость, стоит отметить, что в роли заказчиков метода 360 градусов выступают руководители компаний, и как правило метод служит кадровым аудитом управленческого учета. Международный опыт показывает, что оценка кадрового потенциала по результатам оценки труда методом 360 градусов является продуктивной так, как она точно определяет степень развития всех уровней персонала. На наш взгляд для формирования компетенций сотрудникам сервисных организаций особенно важно выявление личностно-поведенческих компетенций, что поможет повысить сервисориентированность и клиентоориентированность по отношению к клиентам. И это напрямую повысит результативность организаций через оказание качественной услуги. Рассмотрим историческое содержание данного метода оценки 360 градусов. Он был введен Питером Уордом в 1987 году [10]. Автор определил данный метод как систематический сбор информации относительно результатов индивидуума или группы, получаемый от окружения. Начиная с 1990 г методике 360 градусов начали активно применять на Западе, где и на сегодняшний день она пользуется большим спросом среди успешных зарубежных компаний [4, 5, 9].

Очевидно, что российские предприятия сферы услуг метод обратной связи не используют на 100 %, делая упор на аттестацию персонала, по которой нельзя полностью оценить результативность труда каждого сотрудника и соответственно сравнить вклад с должностными инструкциями. По нашему мнению, возникает необходимость экономического переосмысления в управлении персоналом. Соответственно предлагаемый метод будет полезен при принятии стратегических и тактических задач высшим уровнем и являться инновационным инструментом по достижению генеральной цели организации и по формированию компетенций у кадрового потенциала через оценку сотрудников «лучшие - отстающие». На сегодняшний день при выполнении определенного ряда задач российскими специалистами их топ-менеджеры хотят видеть сразу экономические результаты то есть «здесь и сейчас», без корректировки и ожидания эффективности срока окупаемости проекта. Соответственно при принятии решений и при разработке планов развития предприятий сферы услуг, информация применяемая руководством будет ошибочной и не достоверной так, как по результатам оценки, многие сразу применяют кадровые перестановки, не проверив точность данных, что является глобальной ошибкой. По нашему мнению, для эффективного развития сферы услуг и качественного обеспечения услугами потребителей особую ценность приобретает метод 360 градусов, так как именно он измеряет поведенческие индикаторы у персонала, необходимые для выполнения ежедневных функций и должностных обязанностей с ориентацией на качественный клиентский результат. На рисунках 1–4 представлены основные пять блоков метода 360°: модель компетенций, профиль компетенций, профиль способностей, оценка способностей, анализ существенных различий.

Модель компетенций	Профиль компетенций	Профиль способностей	Оценка способностей	Анализ существенных различий
Оценка по результатам обработки анкет				
<p><i>Коммерческая компетентность:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - признает финансовые и маркетинговые последствия принятых решений и своих действий; - внимательно следит за возможностями для развития бизнеса; - собирает и использует в процессе принятия решения экономическую, маркетинговую и финансовую информацию; - старается понять действия конкурентов; - проверяет и оценивает свою деятельность с коммерческой точки зрения. <p><i>Руководство:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - ставит сложные цели, налаживает обратную связь и признает заслуги коллег - создает мотивирующую обстановку для достижения целей - активно помогает развиваться другим путем передачи им ответственности - получает максимальный результат от отдельных лиц и команд 	состоит из графиков суммарных оценок, разбитых по компетенциям	графики, показывают оценки личностных способностей. Оценки сгруппированы по типам респондентов (подчиненные, коллеги). Для каждой из групп респондентов оценка усреднена в пределах данной группы. Оценки, ранее отмеченные как нерелевантные, исключены из расчетов.	при расчете значений учитывается «вес» респондентов каждого типа (например, прямых подчиненных) чтобы исключить диспропорцию при расчете общей средней оценки при сравнении с результатами, полученными от одного респондента	позволяет Вам сравнить Ваши оценки с оценками, выставленными Вам различными респондентами — участниками проекта. Для каждого из утверждений показана разница между Вашей оценкой и средней оценкой каждой из групп респондентов.

Рис. 1 - Блок 1: Перечень оценки компетенций персонала по результатам обработки анкет

<ul style="list-style-type: none"> - создает жизнеспособную стратегию для своей области деятельности и обеспечивает заинтересованность своей команды. <p><i>Креативность и инновации:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - предлагает нестандартные решения; - объединяет новые и старые идеи при смене стратегии; - активно ищет более эффективные способы ведения дел и улучшения показателей бизнеса; - предлагает множество идей в ответ на возникшие проблемы или появившиеся возможности; - готов экспериментировать и пойти на расчетный риск. <p><i>Гибкость:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - сохраняет эффективность в нестабильных и неясных обстоятельствах; - положительно реагирует на перемены; приветствует новые условия и быстро меняющуюся обстановку; - учится на своем опыте, готов корректировать собственную точку зрения или метод при поступлении новой информации; - адаптирует свое поведение к новым обстоятельствам; - способен справиться с давлением меняющихся требований и обстоятельств. 				
---	--	--	--	--

Рис. 2- Блок 2: Перечень навыков к оценке коммерческой компетенции на основе метода 360 °

Оценка, основанная на отдельных утверждениях				
<p>Признает финансовые и маркетинговые последствия принятых решений и своих действий. Внимательно следит за возможностями для развития бизнеса. Собирает и использует в процессе принятия решения экономическую, маркетинговую и финансовую информацию Старается понять действия конкурентов Проверяет и оценивает свою деятельность с коммерческой точки зрения</p>	<p>графики объединяют ваши оценки с соответствия с типом респондента (подчиненный, коллега и усреднены по группам)</p>			
Оценка формирования в различных областях компетенций				
	<p>графики демонстрируют средние оценки ваших способностей, формирующих компетенции. Оценки разбиты по группам респондентов. Тонкая линия под некоторыми из графиков показывает разброс оценок, использованных при составлении этого графика. Это позволяет оценить разброс мнений респондентов. Средняя оценка способностей — это</p>			

Рис. 3 – Блок 3: Оценка компетенций сотрудников, основанных на утверждениях в различных областях компетенций

	<p>средний балл за каждую из способностей, вне зависимости от типа респондентов. Вы оценили сами себя, также Вас оценили: 1 руководитель, 0 подчиненных, 1 коллега и 0 клиентов.</p>			
Оценка, основанная на особенности поведения субъекта				
<p>отчет представляет собой общий анализ экстремумов по компетенциям. Маленькая точечная диаграмма справа показывает действительные оценки, в то время как главная диаграмма демонстрирует относительную разницу в оценках</p>				
Личностная оценка, Оценка руководства, Оценка клиента, Оценка подчиненного, Оценка сотрудника				
<p>Основана на комментариях</p>	<p>В этой части собраны комментарии респондентов. Тексты комментариев представлены в первоначальном виде. Комментарии остальных респондентов По Вашему мнению, что этот человек должен *перестать* делать, чтобы помочь Вам в Вашей работе?</p>		<p>Эта часть предназначена для заметок, которые Вы, возможно, захотите сделать в плане развития во время формирования отчета. Затем Вы, возможно, захотите передать эти заметки в отдел развития персонала Вашей организации, если таковой имеется. Для</p>	

Рис. 3 - Блок 4: Оценка поведенческих индикаторов сотрудников на основе метода 360 °

	<p>Комментариев нет По Вашему мнению, что этот человек должен *начать* делать, чтобы помочь Вам в Вашей работе?</p> <p>Комментариев нет По Вашему мнению, что этот человек должен *продолжать* делать, чтобы помочь Вам в Вашей работе?</p> <p>продолжать</p>		<p>начала определите компетенцию для развития и внимательно рассмотрите составляющие ее пункты. Определите точки приложения Ваших усилий по развитию, анализируя несовпадения по каждому из пунктов между Вашей оценкой и оценкой других респондентов. В своем анализе следуйте принципу SMART.</p>	
--	---	--	---	--

Рис. 4 - Блок 5: Оценка сотрудников на основе опросника по методу 360 °

Из рисунков следует, что полученные результаты оценки кадрового потенциала по пяти блокам являются стратегически необходимыми и их применение для разработки плана развития и обучения сотрудников позволит выйти предприятия сферы услуг на абсолютно новый этап развития. С помощью метода оценки 360 градусов можно оценить не только кадровый состав на всех уровнях, но и оценить каждое подразделение и предприятие в целом. Методику 360 градусов необходимо проводить один раз в 12-18 месяцев, в зависимости от целей, поставленных руководством компании.

Для повышения эффективности персонала на предприятиях сферы услуг должны применяться сервизоориентированные и клиентоориентированные подходы, что будет экономически выгодно при найме и разработке нормативных документов по УП:

- для оценки уровня развития компетенций персонала (полностью покрывает оценку в области развития личностно-поведенческих и профессиональных компетенций при построении карты компетенций);

- для оценки эффективности труда (разработка ключевых показателей);

- для оценки эффективности программ обучения и переподготовки персонала.

Так эффективность процесса разработки и внедрения нововведения в совершенствовании кадровой работы может быть оценена с различных позиций: социальной и экономической эффективности с учетом выявленных ключевых моментов успешно влияющих на устойчивое развитие предприятий сферы услуг и отрасли в целом.

В связи с введением нового метода процесс трудовой деятельности будет облегчен, а именно;

- метод 360 градусов позволит своевременно вносить коррективы в планы обучения и оценки персонала, что приведет к изменению активности персонала;

- для оценки персонала методом 360 градусов для предприятий сферы услуг важным является мнение клиентов организации что позволит скорректировать работу персонала, тем самым улучшить статус и имидж организации;

- целью оценки персонала методом 360 градусов является оценка профессиональных и личностно-деловых компетенций сотрудников, выявление слабых и сильных сторон наших сотрудников, своевременная корректировка плана развития наших сотрудников, что ведет к неперемому улучшению качества оказания услуг;

- своевременная оценка персонала может произвести изменения уровня текучести кадров.

Для того чтобы правильно оценить экономическую эффективность необходимо определить затраты, которые необходимо произвести, а также оценить риски. Так по результатам внедрения метода обратной связи предприятие сферы услуг получит следующие преимущества:

1. Работники будут иметь представление коллективного, руководящего и клиентского восприятия к ним.

2. Расширится набор компетенций у сотрудников согласно требованиям, к занимаемой должности, что увеличит значимость профессии.

3. Ощущение высшего руководства по результатам оценки сотрудников и клиентов о потребности в развитии персонала и услуг;

4. Обратная связь и измерение информации по результатам оценки станет достоверной что усилит мотивацию к труду.

5. Улучшится атмосфера на предприятии сферы услуг (цель обеспечить не финансовое вознаграждение, а развитие.

Библиографический список:

1. Гребенникова, М. А. Исследование оценки персонала в организации методом "360 градусов" / М. А. Гребенникова // Политика, экономика и инновации. – 2016. – № 5(7). – С. 1.

2. Довлатян Г.П. Инновационное управление в управлении персоналом / Г. П. Довлатян, О. А. Ткачева, А. А. Сухова, А. С. Галушка // Современные фундаментальные и прикладные исследования. – 2016. – № 1(20). – С. 127-132.

3. Каращенко В.В. Повышение экономических интересов предприятий за счет развития сервизоориентированности персонала / В.В. Каращенко, Е.И. Макеева, О.А. Ткачева, О.А. Павленко, Г.П. Довлатова, Т.Г Плеханова // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. – 2020. – № 1. – С. 68-75. – DOI 10.17213/2075-2067-2020-1-68-75.

4. Маслова Я.В. Особенности реализации технологии 360 градусов как эффективный метод оценки персонала в современных компаниях/ Я.В. Маслова, К.А. Кальгина // Наука и современность. – 2016. – № 43. – С. 218–223.

5. Оценка персонала по методу 360 градусов — проведение анкетирования, URL: <https://lawyernovikov.ru/drugoe/otsenka-personala-po-metodu-360-gradusov-provedenie-anketirovaniya.html> (дата обращения 15.03.2023).

6. Портнова А.М. Сравнение методов оценки персонала: «Ассесмент-Центр» и «360 градусов» / А.М. Портнова // Студенческий. – 2018. – № 22-(42). – С. 59. –62.

7. Ткачева, О. А. Инструмент к оценке компетенций персонала - метод "360 градусов" / О. А. Ткачева, Г. П. Довлатян // – 2016. – № 2. – С. 42-43.

8. Щербатых Е. И. Менеджмент стратегической устойчивости российских предприятий: перспективы развития / Е. И. Щербатых // Вестник Южно-Российского государственного технического университета (НПИ). Серия: Социально-экономические науки. – 2022. – Т. 15, № 6. – С. 296-302. – DOI 10.17213/2075-2067-2022-6-296-302.

9. Уильям-Бирли-Татьяна-Козуб. Оценка 360°. Юридический консалтинг, URL: <https://lawyernovikov.ru/drugoe/otsenka-personala-po-metodu-360-gradusov-provedenie-anketirovaniya.html> (дата обращения 15.03.2023)

10. Уорд П. Метод 360 градусов. М.: ГИППО, – 2006.

ПРОДВИЖЕНИЕ РЕСТОРАНА ЗА СЧЕТ КЛИЕНТООРИЕНТИРОВАННОГО ПЕРСОНАЛА

¹**Волков Артем Олегович**

²**Джелиев Георгий Казбекович**

³**Баранова Алла Юрьевна**

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
магистрант
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8 (962) 882-72-64
E-mail: artemvolkov-99@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
магистрант
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8 (962) 882-72-64
E-mail: georgy.jeliev@yandex.ru

³ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. эконом. наук, доцент кафедры экономики и финансов
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8 (962) 882-72-64

Annotation. Customer orientation is a marketing trick that primarily implies meeting the needs of the client when offering services. In order to implement measures to promote the restaurant, it is necessary to develop customer orientation among the own staff. The article discusses the methods of research and development of customer orientation among employees. The performance indicators of the components of the customer orientation of the restaurant staff are presented.

Ключевые слова: продвижение ресторана, развитие клиентоориентированности персонала, эффективность руководства.

Key words: restaurant promotion, development of customer-oriented staff, management effectiveness.

Сегодня особенно актуален перенос внимания предприятий сферы ресторанного бизнеса с процесса производства и качества продукции и услуг на маркетинговые усилия по удовлетворению потребностей клиентов. Вместо продуктоориентированной ориентации рестораны фокусируются на клиентоориентированной, выстраивая при этом долгосрочные взаимоотношения с клиентами, привлекая и обучая собственный персонал.

В обществе бытует мнение, что ориентация на клиента заключается все лишь в вежливости персонала ресторана по отношению к посетителям. Однако, это не совсем так. К примеру, при посещении хорошего ресторана официанты дружелюбны, вежливы, услужливы, готовы обслужить посетителей во всем. Но при этом заказ приходится ждать очень долго, клиенту могут принести не то блюдо, которое было заказано (путаница в процессе выполнения заказа). После исправления ошибки заказанное блюдо принесли остывшим и невкусным (низкое качество продуктов). Такое заведение вряд ли можно рекомендовать своим друзьям и знакомым. Тут сработает эффект «сарафанного радио». Какой бы безупречной ни была политика продвижения ресторана, включающая рекламу, стимулирование сбыта, PR-мероприятия, хорошо раскрученный бренд – все это будет перечеркнуто плохой работой персонала и, соответственно, неграмотным руководством.

На самом деле существует множество факторов, влияющих на клиентоориентированность, которые проявляются (либо не проявляются) на каждом этапе взаимодействия между клиентом и рестораном [4].

Рассмотрим, насколько важна ориентация на клиента.

- 1) низкая клиентоориентированность – это антиреклама заведения, что приводит к снижению прибыльности минимум на 30%;
- 2) у ресторанов с высокой клиентоориентированностью есть постоянные клиенты;
- 3) по статистике, всего 5% неудовлетворенных клиентов высказывают недовольства, остальные 95% уходят к конкурентам молча;
- 4) более 90% клиентов, ушедших к конкурентам, не возвращаются обратно;
- 5) один неудовлетворенный клиент поделится негативным впечатлением минимум с пятью знакомыми людьми;
- 6) удержание постоянных клиентов обходится ресторану в 7 раз дешевле привлечения новых.

Как видим, нет необходимости убеждать кого-то в важности клиентоориентированности. В приведенном выше примере в ресторане вместо того, чтобы перестроить производственный процесс, предприятие направляет официантов обучать еще одному «пятизвездочному сервису», либо менеджер ресторана устраивает шеф-поварам «порку» вместо временного принятия на работу еще двух человек и, таким образом, повысить производственные возможности в периоды полной загрузки [1].

Осуществляя данный процесс, менеджмент ресторана должен знать, к чему приведут мероприятия по использованию клиентоориентированности и насколько они эффективны. Одним из критериев принятия управленческого решения о применении на практике клиентоориентированного подхода является эффективность [2].

Одним из показателей клиентоориентированности персонала является исполнение всех положений и руководств по работе с клиентами ресторана. Кроме того, персонал должен внутренне понимать, что посетитель - главное в его работе, ставить интересы посетителя ресторана выше личных и даже выше руководства ресторана. Качества, которыми должен обладать клиентоориентированный работник должен обладать положительным настроением, коммуникабельным и готовым идти на контакт клиенту, демонстрировать профессионализм, максимально владеть информацией о меню, быть стрессоустойчивым в любой ситуации и с любым «трудным» клиентом.

Провести оценку клиентоориентированности работников ресторана можно с помощью теста на клиентоориентированность при приеме на работу и в процессе прохождения аттестации, анализа документов, проведением интервью с владельцами и/или руководством ресторана.

«Мягкие» факторы изучаются в ходе анкетирования и фокус-групп (рис. 1).

Лучшие рестораны развивают клиентоориентированность у собственного персонала посредством формирования корпоративной культуры как инструмента нематериальной мотивации.

Методы исследования	"Жесткие"	"Мягкие"
<ul style="list-style-type: none"> • Интервью • Анализ документов • Фокус-группы • Анонимное анкетирование 	<ul style="list-style-type: none"> • Пересекающиеся зоны ответственности, межфункциональные противоречия, «защиты» в КПЭ • Наличие межфункциональных противоречий в регламентах и процессах • Точки постоянной напряженности между подразделениями, обусловленные объективными факторами 	<ul style="list-style-type: none"> • Ожидаемые услуги от других подразделений • Принятые в ресторане установки внутренней клиентоориентированности • Принципы горизонтальной и вертикальной коммуникации • Нормы корпоративной культуры по решению межфункциональных противоречий • Оценка уровня и качества реализуемой внутренней клиентоориентированности и по подразделениям

Рисунок 1 – Методы исследования клиентоориентированности работников ресторана

Методы развития клиентоориентированности у сотрудников:

1. Вовлечение сотрудников в жизнь ресторана. Развитию клиентоориентированности способствует открытое общение и совместное принятие решений стратегического характера, применение принципа коучинга в работе. Эти приемы ориентированы на укрепление доверия к руководству заведения.

2. Практика обучающих и развивающих программ. Развивая профессионализм персонала можно повысить его вовлеченность и усилить мотивацию. Форма и содержание этих программ диктуются стратегическими целями предприятия. На стадии адаптации вновь принятых работников задействовать внутренние ресурсы посредством наставничества и кураторства. Одновременно с получением знаний и практического опыта новички учатся работать с целевым сегментом посетителей [6].

При найме бизнес-тренера корпоративная форма обучения - отличная база для получения навыков командообразования, развития сплоченности коллектива и установления кроссфункционального взаимодействия. В таком коллективе проще оптимизируются бизнес-процессы.

3. Поощрение работников с большим потенциалом выездными обучающими семинарами. Что является обучением и повышением квалификации в открытом формате, когда на площадке бизнес-школы пересекаются многопрофильные специалисты разных компаний. Такие работники осваивают новые профессиональные компетенции.

4. Установление обратной связи с персоналом. Если в ресторане такая практика взаимодействия не применялась, то будет трудно вызвать сотрудников на открытый диалог о существующих проблемах. Приучая работников к двустороннему диалогу постепенно, можно получить полезную информацию. Поэтому рекомендуется ввести правило обсуждения нововведений до их внедрения в рабочий процесс.

Таким образом работники почувствуют свою значимость заведения, повысится мотивация и вовлеченность в работу ресторана.

5. Проявление лояльности. Персонал, который любит свою работу, разбирается и верит в продукт, отождествляет себя с компанией, соответственно, притягивает клиентов. Необходимо хвалить и поощрять персонал за успехи, уважительно относиться к свободному времени работников, уменьшив сверхурочную работу, жесткие дедлайны и т.д.

Любого руководителя ресторана интересует вопрос, насколько действия по формированию клиентоориентированности персонала эффективны и какой результат в итоге можно ожидать. В различном своем проявлении эффективность является главным

критерием в принятии управленческого решения по применению на практике подхода клиентоориентированности [5].

В таблице 1 представлена форма оценки важности потребностей для посетителей ресторана и степени их удовлетворенности.

Таблица 1 - Форма оценки важности потребностей для посетителей ресторана и степени их удовлетворенности

Наименование потребности	Шкала важности: 1 – важна 2 – очень важна 0 – не важна	Степень удовлетворенности посетителя ресторана: 1 - частично удовлетворен(а) 2 - полностью удовлетворен(а) 0 – не удовлетворен(а)
Санитарное состояние зала		
Дизайн ресторана		
Атмосфера в помещении		
Внешний вид обслуживающего персонала		
Доброжелательность сотрудников ресторана		
Возможность получить качественную консультацию о меню		
Ассортимент меню		
Ценовая политика ресторана		
Музыкальное сопровождение (живая музыка или в записи)		
Репутация ресторана		
Реклама ресторана, отзывы знакомых и в соцсетях		
Наличие парковочных мест на территории ресторана		
и др.		

Насколько эффективно функционирует система клиентоориентированности сотрудников ресторана возможно выяснить посредством выбора и подсчета показателей эффективности отдельных ее составных частей (табл. 2).

Таблица 2 - Показатели эффективности составных частей клиентоориентированности сотрудников ресторана

Составная часть клиентоориентированности сотрудников ресторана	Показатели эффективности
<i>Основные элементы</i>	
Развитие	Выполнения стандартов обслуживания
	Количество жалоб клиентов
	Уровень удовлетворенности клиентов сервисом в рестиоране
Оценка	% работников, прошедших оценку клиентоориентированности, к общему числу работников
<i>Вспомогательные элементы</i>	
Отбор	Выполнение стандартов обслуживания новичками
	Удовлетворенность клиентов сервисом, предоставляемым новичками
Кадровый резерв	Выполнение стандартов обслуживания резервистами
	Удовлетворенность клиентов сервисом, предоставляемым резервистами
Ротация	Перевод работников с высоким уровнем клиентоориентированности на более высокие позиции в общем количестве переведенных на более высокие позиции

Итак, для персонала, на который оказывается воздействие по формированию клиентоориентированности, получает преимущества в виде [3]:

- совершенствование навыков обслуживания посетителей;
- увеличение доли выполнения стандартов сервиса (рост премии и чаевых в следствие удовлетворенности клиентов);
- повышение личной конкурентоспособности и др.

Что касается преимуществ для ресторана, то это:

- рост привлекательности бренда;
- привлечение большего числа клиентов;
- рост количества постоянных клиентов;
- рост средней суммы чека и т.д.

Библиографический список:

1. Иган Д. Маркетинг взаимоотношений: анализ маркетинговых стратегий на основе взаимоотношений: учебник / Д. Иган; пер. Е. Э. Лалаян. – 2-е изд. – Москва: Юнити, 2015. – 375 с.: табл., граф., схемы – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114710>. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01321-3. – Текст: электронный.

2. Бражников М. А. Сервисология: учебное пособие для вузов / М. А. Бражников. — 2-е изд., исп. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. -144 с. - (Высшее образование). - ISBN 978-5-534-13343-1. - Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/497410>.

3. Социальная работа с проблемой клиента: учебное пособие для вузов / Г. В. Говорухина [и др.]; под редакцией Л. Г. Гусяковой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 154 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11798-1. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/496009>.

4. Ойнер, О. К. Управление результативностью маркетинга: учебник и практикум для вузов / О. К. Ойнер. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2022. — 350 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04642-7. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/488789>.

5. Программа лояльности ресторана: практические рекомендации от практика: — URL: <https://www.gd.ru/articles/3730-programma-loyalnosti-restorana>

6. Клиентоориентированный подход в общественном питании: — URL: <https://www.gd.ru/articles/3498-klientoorientirovannost>

УЧЕТ ГОСТИНИЦАМИ ОСОБЕННОСТЕЙ ПРЕДПОЧТЕНИЙ И ТРЕБОВАНИЙ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ ИЗ РАЗНЫХ СТРАН

Жуков Вадим Анатольевич

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры управления в международном бизнесе и индустрии
туризма
109542, Россия, г. Москва, Рязанский пр., 99
Тел. +7 (495) 377-89-14
E-mail: va_zhukov@guu.ru

Abstract: the article considers the dynamics of the incoming flow of tourists to Russia, the increase in the number of tourists from the Middle East, India and China, which requires accommodation facilities to take into account the traditions, national characteristics and preferences of this consumer segment. The article discusses possible problems with increasing the share of these travelers in hotels and, as an example, explores the use of a number of Russian hotels by programs to serve foreign guests - "India Friendly", "China Friendly"

Ключевые слова: гостиница, въездной туризм, качество обслуживания, иностранные туристы.

Key words: hotel, inbound tourism, quality of service, foreign tourists.

Россия занимала в 2019 г. (до пандемии) 39-е место среди стран в Рейтинге конкурентоспособности туризма и путешествий. Позиция России в рейтинге обусловлена влиянием многих факторов: 6-ое место в уровне медицины, 25-ое место в конкурентоспособности страны на международное арене, 17-ое место в качестве и в доступности исторических и культурных памятников, наличием безопасной и дружелюбной среды для иностранных туристов [3].

В настоящее время въездной туристический поток значительно сократился из-за последствий пандемии и санкционной политик США и ряда западных стран. В тоже время специалисты отмечают увеличение притока туристов из стран Ближнего Востока. Этому способствовало как развитие экономических связей со странами Ближнего Востока, так и подписание указа Президентом РФ от 1 января 2021 года о единых электронных визах для путешественников из 50 стран, в том числе в их число входят: Иран, Бахрейн,

В 2022 году, по данным пограничной службы ФСБ, в России было зарегистрировано 147,4 тысячи поездок иностранных граждан с целью туризма. Эта цифра на 20 тысяч меньше притока туристов даже в самый пик ухудшения эпидемиологической обстановки в стране в 2020 году [1].

В таблице 1 представлен туристический топ стран в 2022 году по количеству въездов.

Таблица 1 – Статистика въездного туризма в Россию 2022 г. [2]

Страна	Тыс. человек
Германия	18,3
Турция	15,8
Иран	12,0
Куба	10,1
Казахстан	8,5
Индия	6,6
ОАЭ	3,6

На первом месте находится Германия, по официальным данным, туристические визы оформляли бывшие соотечественники для визита к родственникам. Второе и третье место занимают Турция и Иран, поток въезда туристов из данных стран обусловлен хорошими внешнеполитическими отношениями с Россией и тесным торговым сотрудничеством. Поток туристов из ОАЭ, безусловно, сильно упал, но продолжает входить в ТОП-10 по сравнению с остальными странами.

Говоря о конкретных рынках въездного туризма, стоит заметить, что в данный период времени необходимо делать упор на четыре страны Персидского залива:

1. ОАЭ – имеет многолетнюю историю взаимоотношений с российским туристическим бизнесом, продолжает находиться в топе стран по въезду в Россию.

2. Катар – интересен прямыми рейсами авиакомпании Qatar Airways. Эта страна только начала выходить на мировой рынок сотрудничества.

3. Саудовская Аравия – имеет самую большую плотность населения в 34 миллиона человек.

4. Иран – является одним из главных союзников России на мировой арене, имеет планы на дальнейшее сотрудничество в разных отраслях.

Не стоит рассчитывать, что поток туристов из стран Ближнего Востока достигнет таких же показателей, как у туризма из стран Азии, Европы и СНГ. Но стоит отметить, что арабские туристы любят комфорт/роскошь и готовы за это платить. Турист из ОАЭ, Саудовской Аравии, Катара или Кувейта тратит в шесть раз больше среднестатистического туриста из Европы. На данный момент туристический поток из стран Ближнего Востока может стать существенным толчком восстановления въездного туризма в России.

В работе гостиничного предприятия есть ряд факторов, которые влияют на качество обслуживания гостей.

Первый фактор – национальность. По этому критерию оценивается то, насколько сотрудники гостиницы соблюдают традиции и принципы представителей других государств. Важно, чтобы со стороны сотрудников отеля не было действий, которые противоречат вероисповеданию иностранного гостя.

Второй фактор – работа персонала отеля в целом, которая оценивается по следующим критериям: уважение гостя; умение общаться и находить общий язык; быстрота обслуживания; вежливость и дружелюбие; знание иностранного языка.

Чтобы руководству отеля было легче определить основные проблемы, которые присутствуют во время обслуживания иностранных граждан, можно рассматривать отзывы, которые оставляют гости.

Иностранная делегация также будет обращать внимание на рейтинг отеля при выборе места жительства.

Следующий фактор, который оказывает влияние на обслуживание иностранных гостей, – это качество службы бронирования. Оценивается по ряду критериев: доступность и понятность; язык, на котором происходит бронирование (один или несколько); быстрота и оперативность.

Следующий фактор – качество работы ресторанной службы. Инновационные технологии предприятия питания при отеле могут быть классифицированы по ряду факторов: по широте действия; по сфере деятельности; по уровню новизны; по распространенности.

Рассмотрим виды инновационных технологий. По широте действия выделяют следующие: глобальные инновационные технологии (применяются в различных странах); национальные инновационные технологии (применяются в отдельных странах); отраслевые инновационные технологии (используются в конкретной сфере); локальные инновационные технологии (применяются в конкретном предприятии).

По сфере деятельности инновационные технологии делятся на следующие виды: экологические (направлены на рациональное использование экологического сырья и ресурсов, а также на снижение уровня загрязнения окружающей среды); технологические (направлены на улучшение деятельности предприятия за счет внедрения в оборот нового оборудования); экономические (направлены на улучшение продуктивности производства); организационные (направлены на реорганизацию структуры производства); управленческие (направлены на изменение мер контроля над сотрудниками компании); социальные (направлены на улучшение рабочего места и мотивации сотрудников компании).

По уровню новизны можно выделить следующие виды инновационных технологий: базисные (применение новых технологий в производстве); улучшающие (изменение существующего оборудования); модификационные (незначительные изменения, которые не влияют на характеристики продукта).

Следующий фактор – продвижение отеля в социальных сетях и выстраивание взаимоотношений с иностранными гостями в сети Интернет.

Во-первых, и сайт, и официальная страница гостиничного предприятия в социальных сетях должны быть на нескольких языках: русском, английском и национальном. Это позволит иностранным гражданам без помощи переводчика изучать работу отеля, читать отзывы и т. д., чтобы заранее ознакомиться с инфраструктурой предприятия.

Во-вторых, пресс-служба отеля должна устанавливать контакт с иностранными клиентами для продвижения своих услуг.

Итак, целесообразно выделить следующие факторы, которые влияют на качество обслуживания иностранных гостей: национальность; работа персонала отеля; качество службы бронирования; качество работы ресторанной службы; продвижение отеля в социальных сетях и выстраивание взаимоотношений с иностранными гостями в сети Интернет.

В связи с частичной переориентацией гостиничных предприятий на иностранных путешественников из стран Ближнего Востока, Индии, Китая и ряда других стран, то вероятно целесообразно средства размещения на запросы данного потребительского сегмента.

В данном случае речь идет о межкультурной коммуникации, целью которой является налаживание общения с представителями других наций.

В первую очередь, работники гостиницы должны быть толерантными. Межэтническая толерантность – это выдержка и терпимость к представителям другой культуры, другой страны. В основе межэтнической толерантности лежит уважение людей другой расы, признание их равноправными жителями Земли. Она не является врожденной, а приобретается людьми в детском возрасте в процессе изучения других культур.

Уважение к этнической культуре другого народа можно формировать лишь на базе уважения к культуре родного народа. Если человек не способен уважать собственную религию и нацию, то он не сможет уважать и культуру другого народа. Поэтому следует работать над способами формирования межэтнической толерантности.

Первой проблемой, которая мешает установлению контакта отеля с иностранным гостем, является языковой барьер. Как уже было сказано, все сотрудники гостиничного предприятия должны знать хотя бы один международный язык.

Вторая проблема – барьер социокультурных различий. Он связан с различиями в традициях и нормах. Для решения этой проблемы с сотрудниками отеля стоит проводить тренинги, чтобы повышать уровень толерантности и межэтнической коммуникации.

Третья проблема – психологическая. Сложный график работы в отеле ведет за собой усталость, что приводит к стрессовым ситуациям. В таком состоянии сотрудникам не стоит приступать к исполнению своих обязанностей, что также должно учитываться руководством отеля.

В современных отелях существуют различные программы по обслуживанию иностранных туристов. Например, «Halal Friendly», которая была разработана в 2015 г. для гостей из мусульманских стран. Программа предполагает: в мини-барах отеля не должно быть никаких алкогольных напитков; в номерах должны быть атрибуты для проведения молитвы; в номерах не должно быть никакого декора, связанного с животными.

За соблюдением данных критериев администрация отеля тщательно следит. Если иностранные гости заселяются в отель во время Рамадана, то меню должно соответствовать мусульманским верованиям и традициям.

Как правило, данная программа применяется в отечественных гостиницах, которые расположены в республиках нашей страны, где большинство населения исповедует ислам. Однако есть несколько гостиничных предприятий Москвы, которые самостоятельно и добровольно прошли сертификацию: «Метрополь», «Azimut Moscow Olympic Hotel» [4].

Другими программами для обслуживания иностранных гостей является «India Friendly», «China Friendly».

Рассмотрим кратко каждую из программ. «China Friendly» подразумевает выполнение следующих критериев:

- наличие информационных брошюр на китайском языке;
- наличие в номере прессы на китайском языке;
- наличие в отеле бесплатного Wi-Fi;
- наличие горячей кипяченой воды;
- наличие электрических розеток принятого в КНР качества;
- меню ресторана должно быть на китайском языке;
- оплата размещения производится только через China Union Pay;
- банкомат на территории отеля должен принимать китайские карты;
- персонал отеля должен владеть китайским языком, свободно переводить и понимать иностранных граждан.

Данные критерии отражают прихотливость китайского народа. Что касается следующей программы – «Indian Friendly», то здесь можно отметить следующие требования:

- в меню должно быть не менее 5 вегетарианских блюд;
- сотрудники отеля должны говорить на английском языке;
- возможность платежей по следующим картам: Visa, Master Card;
- круглосуточно должны быть в свободном доступе чай, кофе, горячая и холодная вода.

Общим для всех представленных программ является то, что сотрудники гостиницы должны знать иностранный язык и предоставлять прессу на национальном языке.

Персонал отеля должен быть знаком с правилами этикета в разных странах. Рассмотрим различия норм этикета для встречи делегаций из разных стран: людей из Китая нужно встречать рукопожатием и поклоном. При общении сначала называется имя, только затем фамилия; людей из Кореи также следует встречать рукопожатием; при встрече американских гостей им следует улыбаться, так как это знак доброты и теплого отношения к гостю.

В обслуживании гостей с Ближнего Востока есть много особенностей, которые необходимо учитывать:

1. Способ коммуникации, который им наиболее удобен: личный контакт и WhatsApp;
2. Арабские гости не любят комплименты;
3. Мужчина всегда представляется женщине первым, независимо от возраста и положения;
4. Если сотрудник гостиницы подошел к группе людей, он представляется первым;
5. Человек, поднимающийся по лестнице, приветствует того, кто идет ему навстречу, спускаясь по лестнице;
6. Приветствие женщине может ограничиться только кивком головы.

Таким образом, необходимо отметить, что персоналу гостиницы очень важно понимать культурные различия гостей. Каждому сотруднику необходимо знать, в чем заключается различие каждой культуры, и принимать это разнообразие, быть готовым предвосхищать пожелания гостей, практиковать невербальные формы общения, если язык является барьером для общения, а также владеть необходимыми знаниями для обслуживания иностранных гостей.

Библиографический список:

1. Въездной туризм в Россию сократился почти на 30% в 2022 году [Электронный ресурс] – URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/95366/> (дата обращения: 13.04.2023).
2. Иностранный турпоток в Россию в 2022 году сократился на 96,1% [Электронный ресурс] – URL: <https://www.atorus.ru/node/51298> (дата обращения: 13.04.2023).
3. РФ поднялась на 39-е место в мировом рейтинге конкурентоспособности в сфере туризма [Электронный ресурс] – URL: https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/62288/ (дата обращения: 22.02.2023).
4. Туроператор: программа China Friendly позволяет принимать туристов из Китая в любом составе [Электронный ресурс] – URL: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/55799.html> (дата обращения: 18.03.2023).

РЕСТОРАНЫ КЛУБНОГО ТИПА КАК ЧАСТЬ НАПРАВЛЕНИЯ МОЛОДЕЖНОГО ТУРИЗМА

¹Замятина Наталья Александровна

²Евтеева Виолетта Романовна

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
канд. филол. наук, доцент кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: na_zamyatina@guu.ru
ORCID: 0000-0001-8184-6304

² ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
Студентка 1 курса образовательной программы бакалавриата «Гостиничный и ресторанный бизнес»
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: evteeva.violetta@yandex.ru

Abstract. The study considers approaches to youth tourism and conceptual planning of catering services for youth, integral for sustainable development, and shows preliminary results of a research on a hybrid business model of Youth-Oriented Dining & Clubbing, which has not been described in academic literature.

Key words: sustainable tourism, youth tourism, catering, youth-oriented dining & clubbing

Ключевые слова: устойчивое развитие туризма, молодежный туризм, ресторанный бизнес, рестораны клубного типа для молодежи

Летом 2021 года правительство России официально утвердило цели и основные направления устойчивого развития страны, согласно обсуждаемой еще с 1980-х гг. концепции, для которой 25 сентября 2015 года ООН были установлены 17 целей и разработаны «дорожные карты» развития мирового сообщества до 2030 года, в том числе сформулированы принципы устойчивого развития туризма [1-3]. Так как концепция устойчивого развития нацелена на сохранение планеты и бережное обращение с ресурсами и проявлениями человеческой культуры, то она, в первую очередь, подразумевает под собой работу с молодежью, которая является наиболее активной частью населения. Именно поэтому на воспитание, нравственное и интеллектуальное развитие социально-активного поколения, нужно обращать большее внимание. Неотъемлемой частью развития является возможность обеспечения не только интеллектуальной деятельности, но и досуговой для стимулирования психофизического состояния молодых людей, мотивации на ведение молодежного предпринимательства и развитие активной гражданской позиции у молодежи. В статье рассматривается устойчивое развитие молодежного туризма на примере ресторанов клубного типа в Москве.

Молодежный туризм

Для достижения поставленных целей неотъемлемым является развитие молодежного туризма. Для начала нужно определиться, что понимается под словом «молодежь». Всемирная организация здравоохранения различает три группы молодых людей в соответствии с особенностями возрастного развития и потребностей – «молодые люди» 10-24 лет (англ. young people), «подростки» 10-19 лет (англ. adolescents), «молодежь» 15-24 лет (англ. youth) [4]. Молодежный туризм – это особый вид путешествий, индивидуальный или коллективный по форме, когда молодые люди предпочитают отдыхать большими компаниями, объединенными общей целью познания мира и проведения досуга. Он оказывает весомое влияние на развитие молодого человека как достойного и гармонично развитого гражданина своей страны [5]. У молодежи наблюдается интерес к активному, познавательному и образовательному отдыху, поэтому туризм молодежи имеет ряд ярких отличительных черт. Мы рассматриваем его как составляющую молодежной культуры, которая наглядно демонстрирует, что молодежь может быть самостоятельной, организованной и активной.

Молодежный туризм имеет ряд отличительных черт, так как молодежь больше других возрастных сегментов проявляет интерес именно к активному отдыху. Просто полежать на пляже – это явно не про молодежный отдых. Молодому поколению хочется посмотреть достопримечательности, прочувствовать калории местной кухни, познакомиться с новыми людьми, потанцевать, посмеяться, расслабиться. Цели молодежного туризма весьма разнообразны: обучение, работа, поиск новых друзей, языковая практика, гастрономические приключения, получение новых эмоций, культурно- религиозные интересы, спорт, отдых и так далее. Для каждой цели индивидуально подбираются средства, способные наилучшим образом удовлетворить потребности молодежи.

Примером удачной политики в сфере молодежного туризма является опыт Германии. Там созданы Немецкое объединение молодежных туристических баз (Deutsches Jugendherbergswerk), которые расположены в наиболее живописных и привлекательных местах, а также дома для Молодых любителей природы, проживание в которых обходится молодым немцам довольно-таки недорого. Еще в 2012 году Министерство экономики и энергетики Германии утвердило «Проект будущего – детский и молодежный туризм в

Германии». На уровне государства дела по развитию молодежного туризма ведет Федеральное министерство по делам семьи, пожилых людей, женщин и молодежи (BMFSFJ). Однако, в основном организацией летнего отдыха и путешествий молодежи занимаются самостоятельные молодежные союзы и организации (к примеру, Федеральное рабочее объединение евангелических молодежных групп), а также Центры информации для молодых граждан и Бюро путешествий для молодежи [5]. Все эти меры демонстрируют высокую заинтересованность государственных органов в развитии направления молодежного туризма.

Концепция ресторанов клубного типа

Одним из вариантов организации досуговой деятельности является посещение общественных мест: парков, музеев, театров, торговых центров, однако такие типы отдыха привлекают все меньше и меньше молодежи. В больших городах, особенно в Москве и Санкт-Петербурге, очень популярными являются рестораны клубного типа. Здесь можно не только поужинать в уютной обстановке, но и потанцевать на танцполе под зажигательные ритмы ди-джеев или живой музыки. Кухня в ресторанах клубного типа неотразима своим разнообразием и оригинальным исполнением блюд. Она представляет собой сочетание разных кулинарных традиций со всего мира. Здесь можно отведать итальянских паст, японских роллов, роскошных стейков, а также множества других гастрономических изысков. Однако, главной особенностью таких ресторанов является их атмосфера. Они воссоздают настоящую клубную энергетику и позволяют каждому гостю окунуться в мир свободы, танцев и беззаботного отдыха. Здесь можно забыть о своих проблемах и почувствовать себя настоящим звездой ночной жизни. Рестораны клубного типа также известны своими тематическими вечеринками, на которых можно почувствовать себя виртуозным танцором или певцом. Они предлагают различные развлекательные программы, выступления знаменитых артистов и даже танцевальные уроки. В целом рестораны клубного типа являются местом, где можно сочетать высококачественную кухню с разнообразными развлечениями и живой музыкой. Они позволяют обрести окружение, где каждый может выразить свою индивидуальность и стать частью большой и дружной компании. Обычно в клубах есть бар, танцпол, чилаут – место, в котором можно посидеть в тихой обстановке с более спокойной музыкой. Часто в клубах присутствует дресс-код и фейсконтроль. Для клубов нет особого единого формата, так как каждый клуб специализируется на своей целевой аудитории посетителей. Рестораны клубного типа включают в себя два типа развлечения: это наслаждение гастрономическими шедеврами и развлекательная часть, которая может включать в себя различные вариации: как караоке, так и танцполы, выступление рэпер исполнителей, живая музыка, театральные постановки, элементы кабаре шоу и бразильского карнавала, выступление танцовщиц в ярких костюмах, выступление комиков. Программа насыщенная, и каждый ресторан клубного типа старается специализироваться на нескольких направлениях, чтобы отдых гостей был разнообразным, увлекательным и неповторимым (чаще всего программа не повторяется и предложение уникально только один день или выходные).

Несмотря на то, что данный вид досуга является благоприятным для психофизического состояния молодежи, в обществе существуют некие **стереотипы** относительно ресторанов клубных концепций. Общественность условно делится на две части: принимающие – те, кто реально живет клубной жизнью и им это нравится, презирующие – те, кто считают, что в ночные клубы ходят люди совершенно деградирующие и никчемные, чтобы «пропить» деньги, завести бесполезные знакомства и прочее.

Однако, существуют и определенные риски в ресторанах клубного типа. В первую очередь, это сложность контроля работы данных заведений правоохранительными органами, в большинстве случаев такие места являются центром торговли наркотиками и проституции, так же нередки случаи нападения, ограбления и прочих инцидентов. Так же некоторые рестораны клубного типа ведут незаконную деятельность, пуская несовершеннолетних в заведения и продавая им алкогольную и табачную продукцию. Так, весной 2023 года в Санкт-Петербурге опечатали 13 баров в центре города. Сотрудники Следственного комитета, МВД и Росгвардии провели следственные действия по делу о вовлечении

несовершеннолетних в употребление алкоголя, как сообщается на сайте СК. В конце марта по этому делу уже опечатали 17 баров в Петербурге [6]. Другой риск связан с чрезмерным вниманием противоположного пола, чаще всего это относится именно к девушкам, которые хотят просто потанцевать, а в итоге становятся объектами пристального внимания и пытаются лишь избежать ненужных знакомств.

Массовая дискотека как явление уже давно известно и прошло через несколько эволюционных этапов. Во времена клубов и клубной музыки такой вид отдыха более известен под английским названием. Клуббинг (от англ. clubbing) – это танцевальная «тусовка», где музыкой управляют ди-джеи. После появления первых клубов клуббинг представлял собой определенную «клубную культуру», связанную с определенным времяпрепровождением, ориентирами для подражания и способами их ретрансляции, такими как музыка, ди-джеи, большие рейвы, стиль одежды, стиль жизни, стиль ночной жизни, соответствующий менталитет. В наши дни клуббинг входит в новое состояние. Сегодня клуббинг является полноценной социальной практикой, когда люди могут выражать себя и забыть обо всех проблемах, наслаждаясь музыкой и танцами. Клуббинг – течение, которое не имеет определенных условностей, и каждый на нём может получить удовольствие и стать участником общего действия. Клубный отдых занимается культивированием определенного типа состояний, который не воспроизводится во всех остальных социальных явлениях. Ведь клуб – это то место, где каждый может вести себя так, как ему нравится, чувствовать себя уверенно и беззаботно, забыть обо всех проблемах. Посетители клубов должны быть уверены, что здесь нет места общественному осуждению, никто не вправе интересоваться личной жизнью посетителей, потому что кроме танца и музыки здесь ничего больше не существует. Сюда приходят получить удовольствие здесь и сейчас, «уйти в отрыв», который может быть разным – физическим (в виде танца), эмоциональным (ощущения, что придают жизни праздничности и торжественности) и даже социальным (когда клуббер сливается с толпой и становится участником массового действия – дискотеки). Вот такое это течение – без условностей, с полным наслаждением и удовольствием, и с собственным течением времени. И даже нельзя сказать определенно – плохо это или все же замечательно. Клуб не клуб, если в нём не танцуют. Стоит лишь приоткрыть дверь на вечеринку – увидим движение. Но танец – это, своего рода, огонь, который нужно разжечь.

Ресторанная концепция играет важную роль в предприятиях данного типа, **меню** должно быть подобрано тщательно, все блюда должны принадлежать кухне одной страны, либо очень тщательно проработаны, очень хорошо заказываются небольшие закуски, либо авторские блюда. Рестораны клубного типа предлагают широкий выбор коктейлей, вина, игристых вин. Более крепкие напитки представлены обычно в ограниченном ассортименте. Что касается коктейлей, хорошо продаются как классические вариации, так и авторские разработки с необычной подачей: с использованием сухого льда, сублимированных ягод, золота и других декоративных элементов. Продажа алкогольных напитков в ресторанах клубного типа является основной статьей доходов. Однако, такие рестораны находятся, в основном, в премиум сегменте, что, в целом, объяснимо, так как в расходы ресторана входят не только типичные статьи расходов, но и непосредственно оплата развлекательной части. Это значительно сокращает целевую аудиторию ресторанов клубного типа. В среднем чек в таких заведениях (без алкогольных напитков) составляет 1500-3000 руб./чел., что является средней ценой для рынка ресторанного бизнеса, но в большинстве ресторанов клубного типа обязательна оплата депозита, который не возвращается и должен быть полностью потрачен на напитки и еду, что позволяет предприятиям быть уверенными в выполнении плана дневной выручки. Таким образом, можно сделать вывод, что рестораны клубного типа достаточно неплохо функционируют в премиум сегменте, что делает их недоступными для большинства молодежи.

Данное исследование помогло выявить, что на рынке есть определенная свободная ниша для ресторанов клубного типа в среднем ценовом сегменте, которые могли бы разнообразить отдых молодежи и иметь конкурентное преимущество на рынке. Рестораны

клубного типа занимают важное место в концепции устойчивого развития туризма, однако несут большое количество рисков, которые нужно учесть, чтобы вести законную деятельность, которая будет направлена на развитие и разнообразие досуга молодежи. В ходе дальнейшего исследования планируется сравнить клубную культуру молодежного досуга в популярных туристических направлениях.

Библиографический список:

1. Sustainable development / United Nations. – URL: <https://sdgs.un.org/goals> (дата обращения 12.04.2023).
2. О Целях устойчивого развития / Росстат – Федеральная служба государственной статистики. – URL: <https://rosstat.gov.ru/sdg> (дата обращения 12.04.2023).
3. Правительство утвердило цели и основные направления зелёного финансирования / Правительство России. – 20 июня 2021. – URL: <http://government.ru/docs/42795/> (дата обращения 12.04.2023).
4. Adolescent health / World Health Organization. – URL: <https://www.who.int/southeastasia/health-topics/adolescent-health> (дата обращения 12.04.2023).
5. Молодежный туризм как сегмент молодежной культуры // Молодежные Единые Ведомости – 8 июля 2017. – URL: <https://tymolod59.ru/11339> (дата обращения 12.04.2023).
6. Владельцы баров в Петербурге, которые опечатали СК, оценили свои убытки // РБК. –
7. 11 апреля 2023. – URL: <https://www.rbc.ru/society/11/04/2023/6433edfd9a794738c7c637eb?from=newsfeed> (дата обращения 12.04.2023)

MODERN TRENDS OF HOSPITALITY INDUSTRY OF RUSSIA

¹Кулагин Евгений Игоревич
²Збарская Анна Владимировна

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
студент
109542, г. Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (910) 088-09-94
E-mail: kulagi-9999@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
старший преподаватель
109542, г. Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: +7 (965) 124-09-24
E-mail: anna1305@inbox.ru

Аннотация: Гостиничная индустрия России переживает сейчас не простые времена, но в то же время она получила возможности для дальнейшего самостоятельного развития. При грамотном подходе к развитию Российского гостиничного бизнеса он может стать одной из ведущей сфер экономики.

Key words: Hospitality industry, development tendencies, hospitality market

Ключевые слова: Индустрия гостеприимства, тенденции развития, рынок гостиничных услуг.

It is well known that hospitality services market is closely tied to tourism. Since 2020 and until now, a variety of problems have cropped up, which it has never faced over the course of its existence before. At first, it was a 2020 COVID-19 pandemic, which led to closed borders. Hospitality business had a hard time, because aside from a sharp drop in the amount of tourists, there was increased spending to adhere to stricter sanitary restrictions.

The situation did not change next year and worsened even further in 2022 due to sanctions against Russia. As a result, visa regime was significantly changed, air services were restricted, and

airfare rose sharply. Due to that, the amount of tourists coming to Russia dropped by 96,1%. The stream of tourists from Europe and the USA is gradually being replaced by ones from Asia, and after COVID-19 related restrictions were lifted, China in particular. This tendency continues even now, in (the year) 2023.

It also became more difficult and more expensive for Russian tourists to travel for aforementioned reasons. Because of this, internal tourist stream increased. According to data from Russian tourism industry union, in 2022 tour operators sold 30% more active and adventurous tours than the previous year.

According to Russian tour operators' association, last year, in 2022, internal tourist stream grew by 10% compared to 2021. Leading regions in terms of growth became the following: the North Caucasus, Moscow, and Saint Petersburg.

At the same time as that happened, the amount of investments into the industry grew. According to data of RusBusinessConsulting (RBC) the increase of investments into hotel properties in 2022 turned out to be 112% compared to the year prior or 18 billion rubles.

Nowadays because of the state of affairs, investments into hospitality industry are looking especially attractive. Hotel enterprises, unlike other ones, besides their main kinds of services (accommodation services) have many others – meals, health, spa, excursions and other related ones. In that way, hotels have many ways of earning profits. Profitability of hotel business is 15 – 35 %, which is quite high. Besides, investing into a well-established hotel – is a stable asset [11].

In recent years, investors have gained interest in camping and glamping. Their number grows thrice as fast as the classic hotels in our country. Their popularity is caused by growing popularity of vacations in nature, small investment requirements, existing government subsidies and limited control over operations of such accommodation means. The average cost of building a glamping site is 100 mil. rub. with return on investment taking 4-5 years, while a classic countryside hotel takes at least 500 mil. with a return on investment taking at least 12 years [12].

Tourism industry in Russia began a new step in its development, caused by the sharp drop in outgoing tourism. Russian businessmen increased their investments into creating new infrastructure and improving existing one, exploring new branches of tourism, and building new properties.

Approach to development of tourism in Russia has changed. Now it is complex, i.e. alongside improving hotels, tourist and entertainment infrastructure is developing as well (aqua parks, theme parks, etc.). The government takes an active role in that. Thus, with government support on federal or regional level, infrastructure or communication networks can be fully built or renewed. An example of such projects are: Krasnodar Krai resort “Abrau-Durso” (with the amount of money invested in it being 23,2 billion rubles) and Tver Oblast vacation complex “Zavidovo” (29 billion rubles of investments), as well as nature and extreme tourism complex “Teal Katun” (7,8 billion rubles) and “Manzherok” recreation center (4 billion rubles) in Altai Krai.

The most promising and in demand Russian regions are Caucasian Mineral Waters, Azov-Black Seaside of Krasnodar region, Moscow suburbs, Baltic Seaside of Kaliningrad suburbs and Karelia, mineral rivers of Buryatia, Altai Krai, The Baikal Lake, The Kamchatka Peninsula. For investors, the most attractive ones are resort facilities.

In 2022 the main trend for Russian hospitality market was an increase in amount of vacation options in the countryside and suburbs. The biggest amount is situated in Moscow Oblast. Citizens of Moscow region travel the most. Due to a significant decrease in abroad traveling offerings, they switched to the countryside vacations.

In order to develop further, Russian hospitality market requires not only saving its current internal stream of tourists, but also attracting new ones, which is only possible by overcoming the problems it is currently facing.

One of the main issues became that foreign online booking services withdrew from Russia (Booking.com and Airbnb). According to data from Bnovo, a company that provides IT solutions for hotels, in 2021 their share was 80,4% of Russian market. Now domestic hotels are switching to Russian services and developing their own online booking systems. Thus, hotels have to put in additional effort and expenses for their own advertisement.

The next challenge for Russian hospitality industry market was foreign management companies' withdrawal from Russia. At the beginning of 2022 the market share of international hotel operators Best Western and Sokos Hotels, Hyatt Hotels, Marriott International, InterContinental Hotels Group, Hilton in Russia and Saint Petersburg was 12% of all "3 star" and above hotels. At the beginning of this year, their share fell to 9,6% in Moscow and 5,1% in Saint Petersburg.

International brands leaving did not lead to significant accommodation means number decrease, as most of hotels in our country belong to Russian companies. Many hotels have already rebranded and are working on new brands while keeping current personnel and management. Some of them came under Russian companies' control. In the time of foreign brands being present in Russia, Russian specialists learned a lot from them. Now they head the most famous hotels and hotel chains in various parts of the country.

Thanks to foreign brands leaving Russia, and increasing demand for internal tourism, domestic accommodation means got plenty of opportunities for development. Market experts think that due to decrease in the amount of foreign tourists, the most promising prospect for that is transition to Russian brands.

Thus, hospitality industry in Russia showed its ability to adapt to modern challenges related to foreign brands, management companies, and aggregators leaving, change of suppliers, and reorientation towards Russian tourists.

The ability of Russian hospitality enterprises to adapt shows in their active pricing policy. Business can change pricings daily by adapting to the state of the market.

Of course, it would be incredibly difficult for hospitality industry to survive without government support. Thus, in 2022, VAT for hospitality enterprises was set to zero. The "Tourism and hospitality industry" national project was approved for implementation. In the scope of that project, various measures are taken to support hotel business, such as subsidies for loans to build new accommodation means as well as reconstruction of existing ones, grants, participation in construction and development of infrastructure [10].

The foundation of hospitality industry is communication (between hotels personnel, guests, owners, and investors). Success heavily relies on it. The number of regular guests depends on how well established they are, which will make the business more profitable and attractive to investors.

Among main tendencies of hospitality business development, several can be highlighted, such as:

- Vacation in the country becomes more comfortable and modern with a long list of services
- Development of ecotourism, tourists' willingness to try new kinds of vacations in the country;
- All-in-one tours, which include various sightseeing trips, master classes and cultural and entertainment programs aside from board, lodging, and transport
- Personalization, meaning that service is tailored to a certain guest. Intention to increase the number of regular guests, loyalty system development
- Competition between booking systems for a guest (addition of loyalty programs, personalization, functionality improvements, service technologies refinement)
- Direct sales – people started trusting official hotel websites more, which increased the margin of direct sales by 100% in 2022 compared to the year prior
- Ecology – an increasing number of guests prefer to stay at ecological hotels, which utilize energy-efficient technologies, less carbon dioxide emissions, and water conservation, all of the aforementioned factors have a positive economical effect on hotels
- Providing guests with a way to work remotely
- Cutting-edge technologies, such as "Smart home", online check-in, virtual concierge, hotels mobile app, etc.
- Increasing the variety of services, the aim of which is to improve guests' health (massage, sports, etc.)
- New price range options due to people preferring 1-2 day vacations as opposed to 10-14 days because of how unstable the current situation is
- Automation of hotel booking and records

- Use of products and services, turning hotels into cultural centers of sorts, which represent local history, traditions, cooking, etc. [13];
- Travelers travel abroad less often, traveling more often and for longer periods of time across the country;

Let's review several trends more in-depth. Every person values not only attentive, respectful, and polite treatment, but also whenever he or she feels unique and important. That is what personalization is all about, the hotel showing every guest how much it values him or her. Guests are greeted by names, congratulated when it is their birthdays, and during their next visits their preferences are "automatically" accounted for. Hotel does everything to make sure that the guest comes back to them.

Practically all hotels are switching to automated management systems, which consist of some kind of computer programs that allow to systemize the work of all departments, help them work together, organize staff members work, profits record keeping, limit access zones for personnel, book rooms, accept payments from guests in whichever form they find comfortable, increase the speed of registration and service of guests, increase security (video surveillance and other security systems) and so on. There is software that allows to control appliances in rooms, automatically control lighting, climate control, automate access to the parking zone, hotel rooms and other rooms of the hotel and so on. Such systems can interact both with apps for guests as well as the ones for staff [14].

A lot of technology is being developed for hospitality business. Among them are: use of smartphones in place of keycards; television sets with high-definition quality located in a mirror; "smart home" system; use of robotics [15] (robot concierge, waiters, janitors, baggage handlers, security guards, receptionists, and so on); "smart mirror" (technology, which allows to look up the weather forecast, a route to a destination, order a taxi, and so on) [16]; equipping conference halls with top of the line media systems, which allow to conduct high-definition videoconferencing, multimedia presentations and in VR (virtual reality) [13];

The best smart beds and smart mattresses pull out all the technological stops to help you get the best night's sleep that science can deliver. Packed with cutting-edge technology, then can feature adjustable firmness and temperature as well as sensors to monitor your sleep; advanced models even combine these features to intelligently adjust your mattress as you sleep [17];

Automated mini-bar system (automatic control of best by date and availability, putting used products on the guest's tab, transfer of such information to the right department of the hotel).

The pricing becomes increasingly more important for hotels, as demand for last minute booking increases. Various types of clients book for different intervals, as group bookings usually have a longer period of booking compared to individuals. That is why as the depth of booking of individual clients decreased, it became more important to plan the booking request structure. Therefore, one of the key tasks of managing hotels profits becomes effective pricing and demand predictions.

Hypodynamic pricing is prospective, being used by aviation companies. This system automatically analyzes user data, which it receives from social medias and reviews from websites. This allows to correct prices, maximizing potential profits [18].

Crisis provides not only challenges, but also new opportunities for growth. It is true that hospitality business will have to put in a significant amount of effort to adapt. But it will be helped by having a view of existing trends within this industry, thanks to which it will be possible to determine a direction for further development.

The main trend always has and always will be offering high quality service to guests.

The prospects of further development hospitality business in Russia are, without a doubt, promising, and due to following modern trends, that industry may become one of the leading ones while at the same time bringing sizable income not only to business owners, but to the government as well.

References:

1. What opportunities does internal tourism growth provide for hospitality market - Vedomosti&. Date Views 31.03.2023: - URL: <https://www.vedomosti.ru/partner/articles/2023/02/09/961937-rinkagostinichnih-uslug>.

2. Results of hospitality industry development of 2022 and predictions for 2023 | Strategy Partners. Date Views 31.03.2023: - URL: <https://strategy.ru/news/106>
3. Amount of foreign incoming tourists decreased by 96%, the situation can be resolved by China – February 7th, 2023 – Fontanka.ru. Date Views 31.03.2023. – URL: <https://www.fontanka.ru/2023/02/07/72039287/>.
4. Rosstat - Tourism. Date Views 31.03.2023. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>
5. Tourism and hospitality business trends in 2023. Date Views 31.03.2023. – URL: <https://www.travelline.ru/blog/trendy-gostinichnogo-biznesa-v-2023-godu/>
6. Hospitality business trends in 2023. Date Views 31.03.2023. – URL: <https://www.librahospitality.com/company/news/trendy-gostinichnogo-biznesa-2023>
7. Hospitality – current trends and investing potential in 2023 – TKB Investment Partners Journal. Date Views 01.04.2023. – URL: <https://journal.tkbip.ru/2023/01/10/hospitality-2023/>
8. Analysts told, how trends had changed over the last two years Gazeta.Ru | News. Date Views 01.04.2023. – URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/01/21/19538731.shtml>
9. Hotel business in 2023: trends and challenges | welcometimes. Date Views 01.04.2023. – URL: <https://welcometimes.ru/opinions/otelnyy-biznes-v-2023-trendy-i-vyzovy>
10. Prospects of hospitality industry development in Russia in 2023. Date Views 06.05.2023 – URL: <https://stroyzps.ru/news/razvitiye-gostinichnoj-industrii-v-rossii/>
11. Investments into hospitality business in Russia: prospects and direction of the market | Business world Journal. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://delovoymir.biz/perspektivi-razvitiya-gostinichnogo-biznesa-v-rossii.html>.
12. Investors are betting on tents – Kommersant. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5938525>.
13. Trends of hospitality business industry 2023 - CRE. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://cre.ru/analytics/90362>.
14. Hostel and hotel automation system. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://e-cashier.ru/articles/sistema-dlya-avtomatizatsii-gostinits-i-hostelov/>
15. Innovations and technologies in hospitality business in 2023 – SAMSTIRAY. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://samstiray.ru/blog/article/innovacii-i-tehnologii-v-gostinichnom-biznese-2022/>
16. Hotels of the future: smart bed, talking mirror and virtual view from the window - KP.RU. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://www.kp.ru/daily/26942/3994072/>
17. The best smart beds and smart mattresses in 2023 | Tom's Guide. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://www.tomsguide.com/best-picks/best-smart-beds-and-smart-mattresses>
18. Artificial intelligence for hotels 9 tendencies, which should be known. Date Views 06.05.2023. – URL: <https://www.librahospitality.com/company/news/iskusstvennyy-intellekt-dlya-oteley-9-tendentsiy--kotorye-nuzhno-znat>

СТРАТЕГИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА В СЕГМЕНТЕ МАЛЫХ СРЕДСТВ РАЗМЕЩЕНИЯ

Сердюков Дмитрий Анатольевич

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
 Старший преподаватель кафедры управления и технологий в туризме и рекреации
 354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
 Тел.: 8 (862) 268-10-79
 E-mail: serdyukov@sutr.ru

Abstracts. The current approaches to the strategy of small hotel business are explored on the example of a practical case of small hotels in the resort city of Sochi. The author substantiated the application of the strategy of cooperation and collective management to improve the efficiency of small hotels, enter new markets and increase business sustainability.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, малый отель, бизнес-стратегия.

Keywords: hospitality industry, small hotel, business strategy.

Введение. На фоне глубокого кризиса международного туризма в период пандемии наметился активный тренд развития внутреннего туризма в условиях закрытых границ. По данным Ростуризма, число внутренних туристов в России, совершивших в 2021 году не менее одной ночевки в отелях, составило 56 млн. человек, этот показатель равен 90% к 2019 году, что показывает высокие темпы восстановления внутреннего туризма в России.

Правительством России в 2020-2021 гг. был принят пакет мер, направленных на поддержку отрасли. Драйвером развития туризма в России является национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [1]. В условиях беспрецедентных экономических и политических санкций против России, вступивших в действие в марте-апреле 2022 года, окно возможностей для развития предпринимательства в сфере гостеприимства в России расширилось, благодаря росту спроса и мерам государственной поддержки. Одновременно российские дестинации испытывают недостаток в развитии инфраструктуры туризма, квалифицированных кадров, в том числе управленцев, имеются серьезные вопросы к качеству сервиса и услуг на гостиничном рынке. Поэтому в текущих условиях весьма актуальными являются вопросы эффективности стратегий предпринимательства в индустрии гостеприимства в России, в том числе бизнеса малых средств размещения и компаний, управляющих отелями. В России из 21000 классифицированных гостиниц 11600 гостиниц относятся к категории «без звезд», то есть фактически представляют сектор малых средств размещения. Гостиничный продукт малых средств размещения востребован на российском рынке и способен серьезно влиять на привлекательность и конкурентоспособность турпродукта российских дестинаций.

Материалы и методы. Основой для настоящего исследования послужили нормативно-правовые документы, регулирующие гостиничную деятельность в России, документы и материалы работы отеля. Стратегирование гостиничного бизнеса рассмотрено на примере малого отеля г. Сочи (бизнес-кейс).

Обсуждение. Вопросы управления предприятиями гостиничного бизнеса отражены в работах следующих авторов: Г.А. Гомилевская, Р.С. Гондарев, Ч.С. Закирова, Г.И. Курчиева, Ю.Н. Лобас, О.А. Матвеева, Э.И. Погорелова, А.А. Сергеев, О.А. Фатхутдинова, В.А. Хворостов и др.

Ряд авторов рассматривает вопросы стратегии развития бизнеса во взаимосвязи с формированием эффективных бизнес-моделей, учитывающих многофакторное влияние меняющейся внешней среды современной реальности, в том числе Р.М. Нижегородцев, И. Пинье, А. Остервальдер и др.

Еще один важный аспект проблематики стратегического развития бизнеса – взаимодействие с государством, в том числе через механизмы государственно-частного партнерства и корпоративной социальной ответственности бизнеса. Данные подходы исследуются в трудах М.А. Абыкеевой, Т.Р. Сергазиевой, А.В. Вавилиной, Т.В. Комаровой, И. Веленси, Р.С. Райхер. Данные вопросы сегодня активно исследуются в теории и внедряются в практику работы гостиничных и туристских холдингов и предприятий [2].

Актуальным для индустрии туризма и гостеприимства является прикладной аспект разработки и реализации бизнес-стратегий и формирования на их основе эффективных бизнес-моделей, отвечающим вызовам новой реальности российского и международного рынка. Данный вопрос является особенно актуальным для малых гостиничных предприятий, понятие которые не урегулировано в нормативно-правовых документах, что создает целый ряд проблем для развития данного сектора гостеприимства [3; 4].

Сегодня в профессиональной среде от термина «бизнес-стратегия» переходят к термину «стратегирование бизнеса», которое означает процесс управления развитием бизнеса, направленный на постоянное повышение его устойчивости и адаптивности к изменчивой внешней среде. Стратегирование позволяет компании быстро реагировать на входящие вызовы и новые возможности [5]. Данный подход представляется эффективной моделью действий для гостиничного бизнеса в современных реалиях.

Гостевой дом «Аладан Вардане», официальная категория «без звезд», на базе которого проводилась экспериментальная и практическая часть исследования, расположен в поселке

Вардане Лазаревского района города Сочи. Также в гостевом доме предоставляется питание в кафе на территории за дополнительную плату (табл. 1).

Таблица 1 - Розничные цены на гостиничные услуги гостевого дома «Аладан Вардане» в 2022 г., в рублях за номер в сутки

№ п/п	Категория номера	Количество номеров	Апрель	Май, октябрь	Июнь	Июль, август	Сентябрь
1	Стандарт 2х местный	3	1000	1200	1400	2000	1200
2	Стандарт 3х местный	7	1300	1500	1600	2600	1500
3	Стандарт 4х местный	9	1500	1700	1900	2800	1700

Дети до 2-х лет размещаются бесплатно без места и питания. Размещение на доп. месте – 50% от стоимости основного места. Доплата за 3-х разное питание: 850 руб. с чел. в день

Исследование деятельности гостевого дома показало следующие результаты (рис. 1, 2).

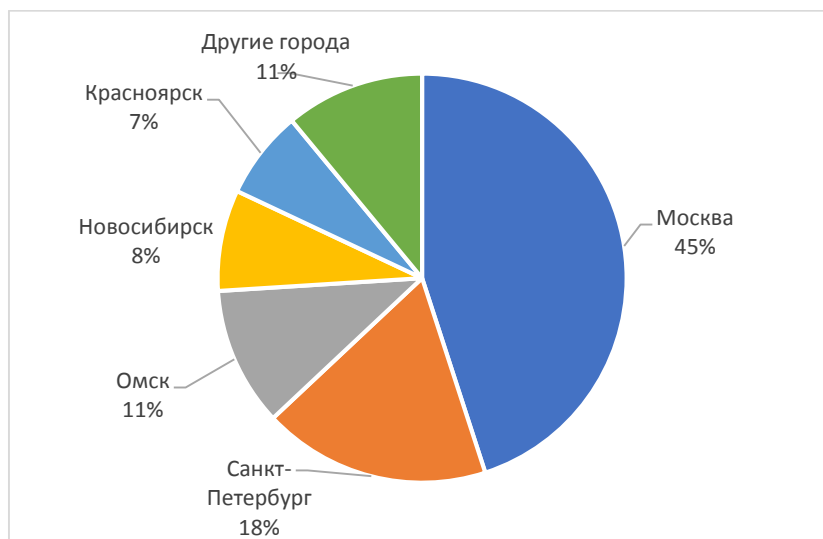


Рисунок 1 – География гостей ГД «Аладан Вардане» в 2022 г.

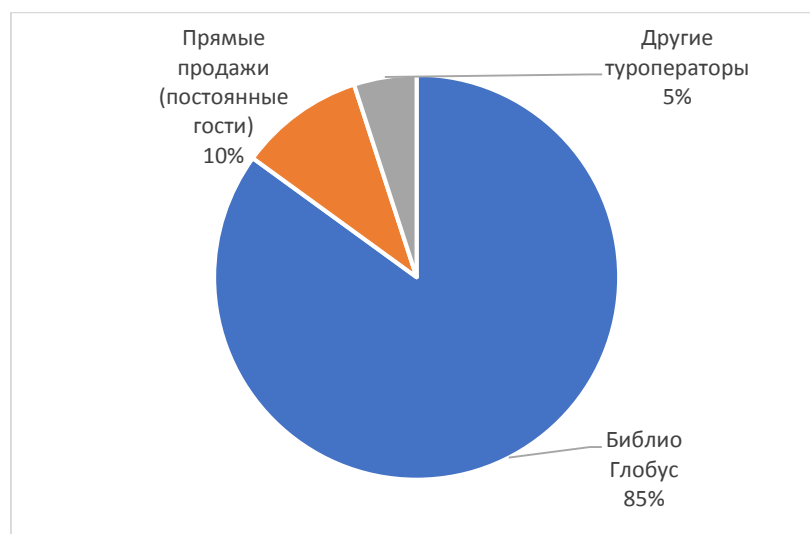


Рисунок 2 – Основные каналы сбыта ГД «Аладан Вардане» в 2022 г.

Средняя продолжительность пребывания – 7 ночей. Средний чек номер (RevPAR), проживание в сутки с питанием - 6200 рублей на семью из 4 человек в высокий сезон, 5000 рублей в межсезонье.

Текущее рыночное положение ГД «Аладан Вардане» и сектора малых гостиниц пос. Вардане в целом, соотношение спроса и предложения на рынке гостиничных услуг Сочи и операционные показатели работы отеля за последние годы позволили сделать вывод о целесообразности корректировки бизнес-стратегии развития ГД «Аладан», продвижения услуги на рынке внутреннего туризма для улучшения его конкурентной позиции, а также увеличения показателей загрузки, выручки и рентабельности. Проведем SWOT-анализ ГД «Аладан» для определения направлений стратегирования (табл. 2).

Таблица 2 - SWOT-анализ малого отеля в Лазаревском районе г. Сочи

Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> – высокий спрос на рынке внутреннего туризма; – высокий спрос в сегменте бюджетного отдыха; – популярность Сочи на рынке; – транспортная доступность пос. Вардане; – субсидирование спроса со стороны государства – акция «Кэшбек за туры по России»; – аэропорт Сочи – единственный открытый аэропорт юга России на морских курортах – спрос на туры наедине с природой 	<ul style="list-style-type: none"> – овертуризм на популярных российских курортах, ухудшение качества сервиса; – падение реальных доходов населения и платежеспособного спроса; – нежелание путешествовать в силу политической ситуации; – кадровые проблемы; – низкий спрос на отдых в пос. Вардане в межсезонный период; – слабый спрос на рынке самостоятельного туризма
Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> – локация у моря, городской пляж с широкой галечной полосой; – живописная территория и окрестности с красивым видом на море; – комфортабельный номерной фонд, наличие 3-х и 4-х местных семейных номеров с видом на море; – наличие открытого бассейнов, двора, зоны барбекю; – транспортная доступность экскурсионных маршрутов по Лазаревскому району. 	<ul style="list-style-type: none"> – независимый малый отель с малоизвестным брендом; – невысокий показатель средней загрузки; – малый номерной фонд; – мало развлечений на территории и в округе; – удаленность от центра города.

На основании проведенного исследования, SWOT-анализа и стратегического позиционирования сформированы направления стратегирования ГД «Аладан Вардане» (рис. 3).



Рисунок 3 – Направления стратегирования малого отеля

Количество гостей в ГД «Аладан Вардане» в 2021 году составило 1500 гостей, в 2022 году – 1900 гостей. Основной проблемой является низкая загрузка в межсезонье, которая отрицательно сказывается на среднегодовых показателях ADR и OCC отеля, невозможность работы с крупными корпоративными заказчиками на групповые заезды в межсезонье из-за ограниченности номерного фонда (19 номеров).

Решением данной проблемы является стратегирование на основе коллективного управления и кооперации нескольких малых отелей, расположенных в одной локации с похожими условиями размещения. Для реализации проекта достигнуто соглашение с двумя малыми отелями, расположенными рядом в пос. Вардане на 15 и 18 номеров.

Стратегия кооперации – популярная маркетинговая стратегия, весьма эффективная в определенных условиях. Конкурирующие между собой участники рынка не всегда стремятся устранить своих соперников, интегрировать их, обособиться от них или отступить. Часто взаимодействие участников рынка с отдельными конкурентами основано на стремлении к сближению с ними.

В рассматриваемом кейсе малые отели пос. Вардане могут эффективно стратегировать свой бизнес на основе кооперации для выхода на новый целевой рынок – групповых ретрит-туров в межсезонный период. Каждый из мини-отелей не может самостоятельно выйти на данный рынок и удовлетворить спрос корпоративного клиента в силу ограниченности номерного фонда. Спрос составляет недельные заезды по 30 человек с одноместным размещением с октября по апрель. Каждый из отелей, участвующих в проекте, готов выделить по 10 номеров под заезды корпоративных клиентов. На базе ГД «Аладан Вардане» как основного оператора проекта может быть организовано трехразовое питание, так как имеется просторный обеденный зал на 60 человек и профессиональная оборудованная кухня.

Участники проекта смогут совместно нанять персонал для обслуживания ретрит-туров (горничная и повар), что позволит снизить расходы и обеспечить нужное качество предоставления услуг гостям. Подход стратегирования предполагает ситуативное взаимодействие гостевого дома с партнерами по рынку и совместное участие в проектах на основе взаимной выгоды.

Выводы. На основании исследования деланы следующие выводы касательно стратегирования малого гостиничного бизнеса:

- существующая структура гостиничной индустрии России определяет важное значение малого отельного бизнеса для формирования конкурентоспособного турпродукта российских дестинаций;
- гостиничный продукт сегмента малых отелей востребован на рынке благодаря достаточно комфортным условиям размещения, персонализированному подходу семейного отеля и доступным ценам;
- стратегирование малого гостиничного бизнеса на основе кооперации и коллективного управления проектом, который по одиночке малые отели не смогли бы реализовать, является эффективным решением для повышения устойчивости бизнеса;
- предложенные направления стратегирования возможно масштабировать и применить для развития гостиничного бизнеса в других регионах России.

Библиографический список:

1. Туризм и индустрия гостеприимства. Национальный проект [Электронный ресурс] // Официальный веб-сайт национальных проектов России. – URL: <https://xn--80aarpmpemcchfmo7a3c9ehj.xn-p1ai/projects/turizm>
2. Сердюкова Н.К. Развитие малых средств размещения как фактор повышения конкурентоспособности турпродукта российских дестинаций / Н.К. Сердюкова, Д.К. Абоимова. // в сборнике: Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства. Материалы V Международной научно-практической конференции. Под редакцией Е.Е. Коноваловой. Москва, 2022. - С. 380-386.

3. Архипова О.В., Драйверы лояльности клиентов индустрии гостеприимства в условиях кризиса / О.В. Архипова, А.Л. Зеленский. // Экономические проблемы сферы услуг. Экономический вектор. – 2020. – №4. С. 39-47.
4. Андреев К.А. Понятие малого средства размещения. Классификации основных видов малых средств размещения Российской Федерации [Электронный ресурс] // Вестник Евразийской науки, 2018. № 4. – URL: <https://esj.today/PDF/50ECVN418.pdf>.
5. Стратегирование [Электронный ресурс] // Институт коучинга. – URL: <https://coachinstitute.ru/consulting/strategirovanie/>

ДУАЛЬНОЕ ОБУЧЕНИЕ ГОСТИНИЧНОМУ ДЕЛУ В ВУЗЕ КАК СТАРТ УСПЕШНОЙ КАРЬЕРЫ РУКОВОДИТЕЛЯ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Сердюкова Надежда Константиновна

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. экон. наук, доцент, зав. кафедрой гостиничного и ресторанного бизнеса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (862) 268-11-05
E-mail: nserdyukova@sutr.ru

Abstracts. The article considers the model of dual education in the direction of training bachelors "Hospitality" at the university as a actual format of profissional education. As a practical case, the experience of dual education at the Faculty of Tourism and Service of Sochi State University is considered, including interaction with employers, advantages and features of the implementation of educational programs.

Ключевые слова: дуальное обучение, индустрия гостеприимства, подготовка кадров, кадровый потенциал.

Keywords: hospitality industry, dual training, personnel training, human resources.

Введение. Российская индустрия туризма и гостеприимства наряду с кризисом глобального туризма, связанного с последствиями пандемии и геополитических трансформаций последних двух лет, переживает подъем и обновление в условиях новой реальности. Это связано в том числе с системными мерами поддержки туристской индустрии со стороны Правительства Российской Федерации, которые позволили отечественному туризму одним из первых в мире преодолеть последствия пандемии. Одной из важных задач Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», который стартовал в 2021 году в качестве ответной меры на кризис в туристской сфере, является подготовка кадров для туризма и гостеприимства. Нацпроектом предусмотрен рост числа рабочих мест в туристской индустрии с 2,5 млн. в 2019 году до 4,2 млн. к 2030 году, или в 1,7 раза [1]. Безусловно, такой рост числа рабочих мест в сфере туризма и гостеприимства должен сопровождаться подготовкой соответствующего числа кадров различных уровней образования. Кроме того, без кадрового обеспечения целей и задач Нацпроекта невозможно достижение качества сервиса и конкурентоспособности турпродукта и гостиничных услуг российских территорий. Поэтому подготовка кадров и развитие кадрового потенциала является актуальной темой для индустрии гостеприимства, а профессиональное образование требует подходов и инструментов, которые позволят обеспечить соответствие выпускников направления подготовки «Гостиничное дело» требованиям международных и отечественных стандартов гостеприимства и запросам работодателей.

Материалы и методы. В данной статье рассматривается практический кейс реализации образовательных программ направления подготовки бакалавров «Гостиничное дело» в Сочинском государственном университете с 2018 по 2023 гг. на основе дуального обучения.

Обсуждение. Теоретические, методические и методологические аспекты дуального обучения исследованы в научной литературе, в основном, применительно к среднему профессиональному образованию, подготовке рабочих кадров для промышленности, а также подготовке педагогических кадров в вузах. Вопросы модели и методов дуального обучения применительно к профессиональному обучению в вузах по другим направлениям подготовки практически не представлены в современных научных трудах.

Дуальное обучение (от лат. Dualis – двойственный) предполагает сочетание теоретического обучения в стенах вуза с практической подготовкой непосредственно на рабочем месте на предприятии соответствующей сферы деятельности (отрасли). И это не просто направление студентов на практику после семестра академического обучения, а непосредственное встраивание практики в форму практической подготовки в образовательный процесс, чередование недель обучения с неделями практики. То есть практика студентов на предприятиях организуется и проводится фактически без отрыва от учебы. Кроме того, модель дуального обучения предполагает тесное взаимодействие образовательной организации, вуза с работодателями как на этапе разработки и актуализации образовательной программы, так и на этапе ее реализации.

Родоначальником подхода и модели дуального обучения принято считать Германию, опыт которой служит образцом для всех стран Евросоюза. Профессиональное практикоориентированное обучение в Германии основано на наставничестве и активном участии работодателей в подготовке кадров, введено в строгие законодательные рамки.

По мнению ряда авторов, технология дуального обучения направлена на последовательное воплощение на практике заранее спланированного процесса профессиональной подготовки студента в условиях теоретического и производственного обучения на предприятии [2, с. 140]. Указанное невозможно без тесного взаимодействия с индустриальными партнерами при разработке и реализации образовательных программ, что предусмотрено, в том числе, ФГОС ВО 3++ направления подготовки 43.03.03 «Гостиничное дело»: не менее 10 процентов численности педагогических работников образовательной организации, участвующих в реализации программы бакалавриат должны являться руководителями и (или) работниками иных организаций, осуществляющими трудовую деятельность в профессиональной сфере, соответствующей профессиональной деятельности, к которой готовятся выпускники (иметь стаж работы в данной профессиональной сфере не менее 3 лет) [3]. Дуальное обучение позволяет устранить основную проблему традиционных форматов профессионального обучения – разрыв между теорией и практикой [4, с. 58].

Практическим кейсом внедрения модели дуального обучения в российской системе высшего образования является опыт реализации образовательной программы направления подготовки бакалавров 43.03.03 «Гостиничное дело» в Сочинском государственном университете.

Образовательная программа (ОП) направления подготовки бакалавров 43.03.03 «Гостиничное дело» на основе дуального обучения реализуется на кафедре Гостиничного и ресторанного бизнеса ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» по Федеральному государственному образовательному стандарту ФГОС 3++ с 2018 года. В 2022 году состоялся первый выпуск бакалавров Гостиничного дела по программе. ОП в 2022 г. прошла профессиональную общественную аккредитацию сроком на 6 лет (Свидетельство №148 от 28.04.2022 г.).

В основе стратегии развития образовательной программы 43.03.03 «Гостиничное дело» заложен анализ и прогноз потребностей регионального рынка труда и развития сферы туризма и гостеприимства на федеральном уровне. Дуальное обучение реализуется на основе тесного сотрудничества и взаимодействия с работодателями – отелями и санаториями г. Сочи, которое осуществляется в ходе совместной работы над образовательной программой, экспертизы представителями отрасли учебно-методического обеспечения, тем выпускных квалификационных работ (ВКР), организации

практики и стажировок, реализации отраслевых модулей программ дополнительного профессионального образования.

В настоящее время обучение по ОП осуществляется в рамках трех профилей: Гостиничная деятельность, Санаторно-курортная деятельность, Международные гостиничные технологии (программа двойных дипломов с французским бизнес-институтом Vatel).

Образовательные программы профилей подготовки включают 42 з.е. (51 з.е.) практик в форме практической подготовки, в том числе 24 (30) недель распределенной практики в отелях в зависимости от профиля. В течение первого, второго и третьего курса, начиная с первого семестра, три (две) недели аудиторных занятий чередуются с одной неделей практики в отелях согласно календарным графикам учебного процесса.

100% студентов очной формы обучения направления подготовки 43.03.03 Гостиничное дело проходят распределенную практику в форме практической подготовки в отелях и санаториях не ниже 3*, не менее 50% студентов – в брендовых отелях международных и российских гостиничных сетей (табл. 1).

Таблица 1 – Базы практики студентов 43.03.03 «Гостиничное дело» в 2022-2023 учебном году (долгосрочные договоры)

	База распределенной практики	Количество отелей
1	Всесезонный горный курорт НАО «Красная поляна» (отели международных брендов 4-5*)	10
2	Grand Karat Sochi, отель 5*	1
3	Родина Гранд Отель и СПА 5*	1
4	Swissotel Resort Сочи Камелия 5*	1
5	Radisson Blu Resort & Congress Centre 5*	1
6	Radisson Collection Paradise Resort & Spa 5*	1
7	Pullman Sochi Centre 5*	1
8	Mercure Sochi Centre 4*	1
9	Alean Family Resort & SPA Sputnik 4*	1
10	Гранд Отель «Жемчужина» 4*	1
11	Cosmos Sochi Hotel 4*	1
12	Звездный, СПА отель 4*	1
13	Лазурная, СПА отель 4*	1
14	Богатырь, отель 4*	1
15	Бархатные сезоны, город-отель 3*	1
16	Сеть отелей 3-5* «Грейс Групп»	6
17	Фонд «Талант и успех» (отели бренда Sirius)	3
18	Санаторий «Заполярье» 3*	1
19	Санаторий «Металлург» 3*	1
20	СКК «Знание» 3*	1
21	Санаторий «Искра» 3*	1
22	Санаторий «Авангард» 4*	1
23	СПА Отель «Sea Galaxy» 4*	1
Итого отелей и санаториев		39

В основу реализации распределенной практики на программе заложен принцип поэтапного прохождения служб и уровней управления конкретного гостиничного предприятия в течение трех лет: первый курс – линейные позиции (горничная/хаусмен, официант/стюард, работника СПА-центра, бассейна, пляжа и т.д.), второй курс – позиции супервайзера/администратора в хозяйственной службе, службе приема и размещения, ресторанной службе, СПА-центре и др., третий курс – позиции помощников руководителей

служб или менеджеров, включая административные службы отеля. В течение каждого года обучения осуществляется ротация не менее, чем по трем службам (2-3 недели практики в каждой службе). Траектория и модель практической подготовки на предприятии проектируется в индивидуальных заданиях обучающегося на каждый тип практики. Удовлетворенность студентов ОП практической подготовкой по результатам анкетирования в 2022 году в среднем составляет более 80%.

О популярности программы свидетельствует высокий процент иногородних студентов, в среднем 50-60% контингента обучающихся. О профессиональных компетенциях студентов, обучающихся по программе, свидетельствуют их успехи и достижения: стабильно являются полуфиналистами, финалистами и победителями Всероссийских профессиональных конкурсов и Олимпиад, выполняют ВКР в форме стартап.

Преимущества программы: высокая практикоориентированность, большой объем практической подготовки обучающихся с распределенной практикой в лучших отелях и санаториях Сочи на основе долгосрочных договоров, возможность старта профессиональной карьеры в гостеприимстве в процессе обучения по итогам практик и стажировок. Высокий процент трудоустройства выпускников, хорошие отзывы и высокая заинтересованность отрасли в сотрудничестве с Сочинским государственным университетом по данной программе.

Профессиональные компетенции образовательной программы соответствуют трудовым функциям профстандартов 33.007 Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц (рег. № 467); 33.008 Руководитель предприятия питания (рег. № 468), уровень квалификации 6, требующий высшего образования по программам бакалавриата [5].

Выводы. Дуальное обучение по направлению подготовки бакалавров «Гостиничное дело» в вузе является современной моделью практикоориентированной подготовки кадров для предприятий гостеприимства, обеспечивающей целый ряд преимуществ для студентов, выпускников и работодателей:

- преодоление разрыва между теорией и практикой, характерного для традиционных моделей обучения;
- экономия средств работодателей на поиск, подбор и обучение кадров;
- возможность старта профессиональной карьеры в гостеприимстве для студентов в период обучения по итогам практик;
- заинтересованность работодателей в качестве профессиональной подготовки студентов, их участие в реализации образовательной программы;
- востребованность образовательной программы и выпускников на рынке труда;
- высокое качество контингента студентов благодаря популярности программы и конкурсу при поступлении в вуз.

Библиографический список:

1. Туризм и индустрия гостеприимства. Национальный проект [Электронный ресурс] // Официальный веб-сайт национальных проектов России. – URL: <https://xn--80aarpemcchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/turizm>
2. Кутумова А.А. Дуальная система обучения как технология подготовки бакалавров профессионального обучения в современных условиях педагогического вуза. / А.А Кутумова, Г.А Яркова // Современные наукоемкие технологии. – 2016. № 4-1. – С. 139-142.
3. Приказ Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 515 "Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 43.03.03 Гостиничное дело" (с изменениями и дополнениями). Редакция с изменениями N 1456 от 26.11.2020.
4. Гордиенко О.А. Дуальное образование как одна из мировых практик обучения. // Теория и практика общественного развития. – 2020. № 5 (147). – С. 55-58.
5. Профессиональный стандарт 33.007 Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц (утв. приказом Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. N 282н)

ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ИННОВАЦИОННОМ РАЗВИТИИ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

¹Романова Лариса Михайловна
²Серегина Мария Владимировна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
Доцент, канд. экон. наук, доцент кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (988) 237-15-82
E-mail: lmrom@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
Магистрант направления подготовки «Гостиничное дело»
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (938) 488-40-07
E-mail: seregina.mari1999@gmail.com

Abstract. The article analyzes the current trends in the use of digital technologies in the innovative development of the hospitality industry. The article examines approaches to the classification of the content and types of virtual reality, considers the main advantages and disadvantages of the introduction of this technology into the educational process, and also identifies the main directions of the application of VR and AR technologies in the hospitality industry.

Ключевые слова: цифровые технологии, виртуальная реальность, VR-технологии, AR, индустрия гостеприимства, учебный процесс, навык.

Keywords: digital technologies, virtual reality, VR technologies, AR, hospitality industry, educational process, skill.

Актуальность темы обусловлена активным применением виртуальных технологий в индустрии гостеприимства и туризма в текущем десятилетии. Технологии способствовали снижению затрат, повышению эксплуатационных характеристик и продвижению услуг и потребительского опыта.

Цели и задачи научной работы заключаются в рассмотрении эффективности использования виртуальной реальности как инструмента продвижения предприятия в индустрии гостеприимства.

В процессе исследования использовались методы эмпирического, теоретического и сравнительного анализа, а также метод графической интерпретации данных. Использование данных методов позволило достигнуть цели работы и решить поставленные задачи.

В современном мире информационные и цифровые технологии играют ключевую роль, всё активнее распространяются и развиваются. Соответствие инновационному прогрессу является одной из важнейших задач в индустрии гостеприимства. Инновационные технологии способствуют разработки привлекательных гостиничных услуг и созданию устойчивой позиции среди конкурентов на рынке гостиничных услуг.

Как потребители, так и компании могут извлечь выгоду из улучшенной коммуникации, бронирований и заказов на обслуживание гостей. Технологии способствовали тому, что туризм и гостиничный бизнес заменили дорогостоящий человеческий труд технологическими операциями. Эти преимущества снижают затраты на рабочую силу, но в то же время помогают избежать проблем с обслуживанием гостей.

Идея виртуальной реальности действительно существовала, в необычной форме, после 1930-х годов, просто высококачественная виртуальная реальность полностью стала популярным потребительским продуктом в современные времена, во многом благодаря возросшим инвестициям со стороны конкурентов Google, Samsung и Facebook [10].

Виртуальная реальность – это компьютерная технология, которая использует изображения, звуки и физические ощущения, чтобы пользователи чувствовали, что они физически присутствуют в виртуальном мире. Технология виртуальной реальности обычно использует гарнитуры виртуальной реальности, и это оборудование позволяет пользователям осмотреться и погрузиться в цифровую среду [10].

VR-технологии разнообразны и имеют свою классификацию в зависимости от степени погружения и необходимого оборудования. Выделяют следующие виды VR-технологий: AR, VR с эффектом полного погружения и VR с совместной инфраструктурой, представленные в таблице 1 [6].

Таблица 1 – Классификация технологий виртуальной реальности [Составлено автором]

N	Технология	Характеристика
1. Классификация технологий виртуальной реальности в зависимости от степени погружения пользователя		
1.1	AR	AR (augmented reality) – это дополненная реальность. В отличие от VR, данная технология не моделирует среду вокруг пользователя, а дополняет реальный мир посредством наложения созданных объектов виртуального мира на окружающую среду реального, благодаря чему пользователь получает информацию из двух сред одновременно [6].
1.2	VR с эффектом полного погружения	Данная технология подразумевает наличие правдоподобной симуляции мира с высокой степенью детализации, высокопроизводительного компьютера, способного распознавать действия пользователя и реагировать на них в режиме реального времени, а также специального оборудования, соединенное с компьютером, который обеспечивает эффект погружения в процессе исследования среды [6].
1.3	VR с совместной инфраструктурой	Это симуляции с качественным изображением, звуком и контроллерами, транслируемая на широкоформатный экран. Несмотря на то, что данная симуляция не является VR в полной мере, так как не обеспечивает полного погружения в виртуальную среду, она все же позволяет воспринять моделируемые на экране объекты глубже, а потому причисляется к виртуальной реальности [6].
Классификация технологий виртуальной реальности в зависимости от использования оборудования		
N	Оборудование	Описание
2.1	Шлемы и очки / Head Mounted Display (HMD)	Данные устройства состоят из двух небольших экранов, расположенных напротив каждого глаза; шор, предотвращающих попадание внешнего света и стереонаушников. Экраны показывают слегка смещенные друг относительно друга стереоскопические изображения, обеспечивая реалистичное 3D-восприятие. Большинство продвинутых VR-шлемов довольно громоздки, но в последнее время появилась тенденция к созданию упрощенных легковесных вариантов, которые обычно предназначены для смартфонов с VR-приложениями [6]. Использование VR-гарнитуры позволяет обеспечить наглядность, максимальное погружение, расширяя возможности для практического обучения, безопасность, при полном погружении в учебный процесс отсутствуют угрозы здоровью и жизни [7].

2.2	Комнаты / Cave Automatic Virtual Environment (CAVE)	Изображения в данном случае транслируются не в шлем, а на стены помещения, часто представляющие собой дисплеи. В таком помещении эффект присутствия максимален, так как учащиеся не будут видеть ничего, кроме находящихся вокруг виртуальных объектов. В масштабах образовательных учреждений возможно создание комнаты для занятий, но это достаточно затратно, таким образом, далеко не каждое учебное заведение сможет выделить средства на его реализацию [6].
2.3	Информационные перчатки	Представляют собой перчатки с сенсорами для захвата движений кистей и пальцев рук. Служат скорее дополнением к прочим устройствам виртуальной реальности и могут использоваться для повышения реалистичности симуляции [6].
2.4	Джойстики (геймпады)	Это специальные устройства для взаимодействия с виртуальной средой, содержащие встроенные датчики положения и движения, а также кнопки и колеса прокрутки, как у мыши [6].

В то время как многие приложения современной виртуальной реальности основаны на развлечениях, компании все больше осознают потенциал виртуальной реальности как маркетингового инструмента, предоставляющего важную информацию потенциальным гостям таким образом, чтобы они могли ее реально ощутить, и стимулирующего при этом множество органов чувств.

В индустрии гостеприимства виртуальная реальность приобрела особое значение из-за объема информации, необходимой среднестатистическому гостю до того, как он действительно забронирует номер в отеле. Вместо того чтобы читать описания, которые могут вызывать доверие, а могут и не вызывать, это дает гостям возможность испытать все на себе.

Например, это потенциально позволяет гостям виртуальным образом воссоздать номер в отеле или осмотреть одну из близлежащих достопримечательностей. По сути, это позволяет гостиничной индустрии извлекать выгоду из маркетинговой политики: «попробуй, прежде чем покупать». Это было обычным явлением в пищевой промышленности на протяжении десятилетий.

Следует отметить, что практическое использование технологии виртуальной реальности не прекращается после того, как гость забронировал номер в отеле. Действительно, те, кто работает в сфере гостиничного бизнеса, могут продолжать использовать виртуальную реальность для предоставления информации и позволять гостям знакомиться с близлежащими достопримечательностями сразу по прибытии, дополняя впечатления от самого отеля.

Весь потенциал виртуальной реальности в гостиничной индустрии был признан лишь недавно. Одним из наиболее распространенных применений виртуальной реальности в гостиничной сфере до сих пор было создание виртуальных путешествий с использованием 360-градусной видео технологии. Благодаря этому пользователи могут виртуальным образом воссоздать различные аспекты путешествия, начиная с перелета и заканчивая прибытием на некоторые ключевые достопримечательности.

Так еще в 2014 году, один из крупнейших в мире гостиничных операторов, «Marriott» создала уникальный опыт путешествий в виртуальной реальности, используя визуальные и звуковые эффекты. Данная концепция виртуальных путешествий нашла отклик у жителей и туристов Нью-Йорка, представленная на рисунке 1 [9].

Еще одним распространенным применением технологии виртуальной реальности в гостиничной индустрии являются туры по отелям. Эти туры могут быть размещены на веб-сайтах отелей, что позволяет гостям или потенциальным потребителям осмотреть свой гостиничный номер или другие части отеля до бронирования или до прибытия [10].

Хотя эти экскурсии лучше всего проводить с VR-гарнитурой, они также потенциально могут быть доступны тем, у кого нет доступа к гарнитуре. Например, на сайтах социальных сетей, таких как Facebook, с помощью видео 360.



Рисунок 1. Пример использования VR-технологий в продвижении гостиничных услуг [9]

Наконец, одним из наиболее интересных применений технологии виртуальной реальности в последнее время стало создание процессов бронирования в виртуальной реальности. Недавно это было внедрено такой компанией, как Amadeus, что позволяет потребителям искать авиабилеты, сравнивать цены в отелях и бронировать номера с помощью гарнитуры виртуальной реальности [10].

Потенциал этого еще не полностью изучен, но легко понять, как этот процесс бронирования в виртуальной реальности может позволить гостям исследовать виртуальные гостиничные номера, познакомиться с местными достопримечательностями и легко забронировать номер.

Ценность виртуальной реальности в отелях широко распространена, поскольку она предоставляет потребителям возможность познакомиться с отелем и расширяет возможности для

- демонстрации их уникального торгового предложения;
- перекрестных продаж;
- повышения продаж;
- демонстрации ценности и увеличения количества выполняемых личных бронирований.

Критериальные признаки виртуальной реальности для предприятий индустрии гостеприимства, представленные на рисунке 2.

Непрерывное развитие технологий все чаще способствует их внедрению в процесс обучения. Несмотря на то, что VR-технологий использовали еще в прошлом веке, только недавно их начали активно применять в образовательном процессе.

Рассматривая использование виртуальной реальности в образовательном контексте, следует обратить внимание на преимущества и недостатки данного инструмента обучения. VR-технологии позволяют наглядно продемонстрировать теоретические и практические аспекты обучения безопасно и доступно, эффективно вовлекая учеников в процесс обучения независимо от их возраста [3].

Видео информативнее, чем фотографии	<ul style="list-style-type: none"> • Высококачественное видео виртуальной реальности ценно, и его ценность для демонстрации преимуществ является примером этого
Превосходство над конкурентами	<ul style="list-style-type: none"> • Виртуальная реальность - креативный маркетинговый инструмент. Использование этой системы выделит отель среди конкурентов, которые не используют VR-видео, придав ему функциональность и дальновидность
Знакомство с отелем	<ul style="list-style-type: none"> • Важнейшее преимущество использования видео в виртуальной реальности в том, что потребители могут ознакомиться с объектом размещения и его удобствами еще до бронирования, что дает им дополнительную уверенность

Рисунок 2. Польза виртуальной реальности для предприятий индустрии гостеприимства [11]

Несмотря на описанные преимущества виртуальной реальности, применение данной технологии в образовании имеет очевидные недостатки, представленные в таблице 2. К ним можно отнести стоимость и размер гарнитуры, а также несовершенство новой технологии [4].

Таблица 2 – Преимущества и недостатки внедрения виртуальной реальности в образовании [Составлено автором]

N	Критерий	Описание
1. Преимущества		
1.1	Наглядность	Лучше один раз увидеть, чем сто раз услышать.
1.2	Вовлечение в учебный процесс	Использование элементов «игровых» форм и представление информации в форме 360 видео концентрирует внимание слушателя
1.3	Безопасность и доступность	Для изучения технологических процессов, машин и оборудования не надо получать разрешения служб безопасности для посещения предприятий, а также проходить инструктажи. В обучении навыкам виртуальная реальность позволяет создать безопасные тренажеры для отработки коммуникативных навыков – работы с возражениями или решения конфликтов. Под безопасностью здесь прежде всего понимается снятие внутреннего барьера ученика перед живым человеком.
1.4	Отсутствие возрастных ограничений	Данные технологии могут быть применены в учебном процессе со школьниками, студентами, слушателями программ профессиональной переподготовки.
1.5	Эффективность	Опираясь на уже проведенные эксперименты, можно утверждать, что результативность обучения с применением VR минимум на 10% выше, чем классического формата
2. Недостатки		
2.1	Цена устройства	Вне зависимости от сферы применения основным недостатком является высокая цена устройств, что делает разработку и внедрение технологии рискованным и затратным

2.2	Размер гарнитуры	С учетом замены металлических деталей VR-гарнитуры высококачественным пластиком устройство остается массивным и неудобным
2.3	Несовершенство технологии	Несмотря на экраны высокого разрешения, VR-шлемы все еще могут вызывать сильную тошноту. Поэтому требуется разрабатывать специализированный контент, адаптированный для человеческого вестибулярного аппарата.

Технологии виртуальной реальности активно применяются не только в индустрии гостеприимства, но и в таких видах деятельности, как развлечения, маркетинг, медицина и бизнес. Так и в образовательной деятельности, помимо традиционных методов обучения, всё чаще стали применяться современные методы, в том числе и информационно-компьютерные технологии.

В обучении магистрантов акцентируется внимание на получении следующих навыков: формирование гостиничного продукта на основе инновационных технологий, управление проектами бизнесом в гостиничной индустрии, разработка стратегии развития гостиничного предприятия и управление качеством гостиничных услуг на основе стандартов. Следует отметить, необходимо овладеть знаниями инновационных технологий, чтобы изучить данные навыки.

Технологии виртуальной реальности развиваются со стремительной скоростью и применение их в образовательной деятельности с каждым годом становится неотъемлемой составляющей. По данным CNBC студенты, которые приобрели навыки работы с современными технологическими решениями в период обучения, получают более высокие зарплаты, чем выпускники университетов без этих навыков [8].

Наряду с такими компетенциями, как исследовательская деятельность, системное и критическое мышление, разработка и реализация проектов, командная работа и лидерство, изучение VR-технологий формирует знания, являющиеся основой формирования навыков на качественном уровне.

Несмотря на активное оснащение образовательных учреждений аппаратно-программными устройствами, использование технологий виртуальной реальности в какой-то степени носит экспериментальный характер. Широко распространены программы, позволяющие совершать путешествие по миру (Google Earth VR, The VR Museum of Fine Art), проводить химические и физические опыты (VR Chemistry Lab) [2], изучать иностранные языки [5] и многое другое.

Применение виртуальной реальности стимулирует мышление обучающихся, что приводит к эффективному и качественному выполнению поставленных перед ними учебных задач, повышает мотивацию, плодотворно влияет на процессы памяти, развивает наблюдательность, способствует обеспечению оптимального психологического состояния на занятиях [6].

Следует отметить, что использование технологий виртуальной реальности также благотворно влияет на развитие специализированных умений в определенной области, а именно комплекса навыков осуществления математических операций, таких как математический анализ, синтез, абстракция, обобщение и установление логических связей [1].

Результаты исследований, подтверждающие положительное влияние использования VR-технологий в обучении, представлены на рисунке 3 [6].

Таким образом, виртуальная реальность, или сокращенно VR, является одним из крупнейших новых технологических трендов, и современный мир постепенно привыкает к различным возможностям, которые она предоставляет. Для тех, кто работает в индустрии гостеприимства, виртуальная реальность имеет особую привлекательность, поскольку она может в цифровом виде доставить потенциальных гостей в отель или пункт назначения

путешествия. Применение данной технологии в индустрии гостеприимства и туризма сделало путешествия намного приятнее, полезнее и интереснее.

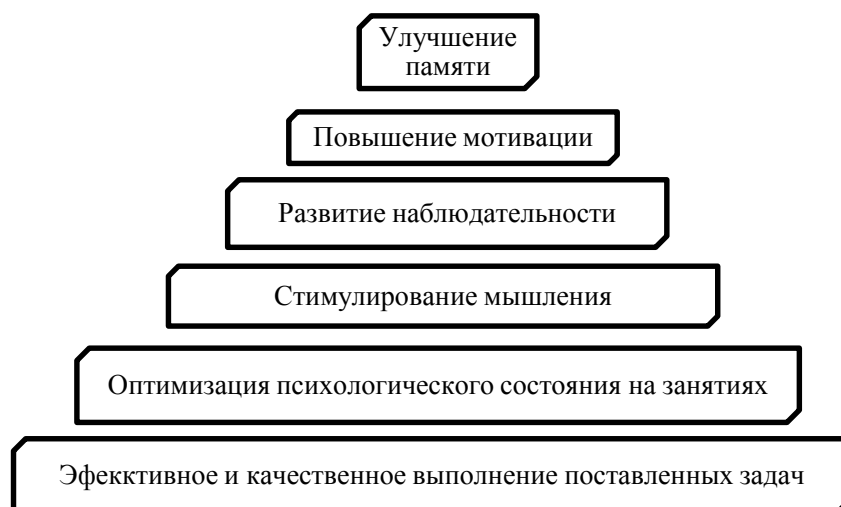


Рисунок 3 – Положительно влияние использования VR-технологий в обучении
[Составлено автором]

В современном мире технология виртуальной реальности становится основой формирования навыков специалистов индустрии гостеприимства на качественном уровне. Использование цифровых технологий, таких как VR, AR-технологий является принципиально новым уровнем организации образовательного процесса с полным погружением студента.

Библиографический список:

1. Аверин В. А. Развитие когнитивных навыков с помощью технологий виртуальной реальности // Вестник СПбГУ. Серия 16: Психология. Педагогика. - 2017. - № 2. - С. 154-168. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-kognitivnyh-navykov-s-pomoschyu-tehnologiy-virtualnoy-realnosti/viewer> (дата обращения: 20.04.2023).

2. Батаева Е. В. Виртуальная реальность в обучении химии / Е. В. Батаева, В. В. Демин // Естественнаучное образование: информационные технологии в высшей и средней школе: методический ежегодник химического факультета МГУ имени М. В. Ломоносова. Москва: Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, 2019. С. 167-180. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=40502323> (дата обращения: 20.03.2023).

3. Лаговская Е. В. Обоснование выбора вузом VR-оборудования для проведения съемок и включения VR-технологий в образовательный процесс / Е. В. Лаговская, Р. В. Мельников., А. Ю. Мезенцев., В. М. Кирик // Научный вестник Арктики. – 2023. – № 14. – С. 33-39. – DOI 10.52978/25421220_2023_14_33-39. – EDN USKZVL. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50415691> (дата обращения: 20.04.2023).

4. Меркулов, И. С. VR-технологии и их влияние на конкурентоспособность предприятия / И. С. Меркулов // Факторы успеха. – 2018. – № 1(10). – С. 49-53. – EDN XWQRKH URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35452262> (дата обращения: 23.04.2023).

5. Нуртдинова Л. Р. Образовательная среда виртуальной реальности как средство развития коммуникативной компетенции студентов при обучении иностранному языку // Вестник Самарского государственного технического университета. Серия: Психолого-педагогические науки. 2017. № 1 (33). С. 57-65. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=29185712> (дата обращения: 20.04.2023).

6. Селиванов В. В. Эффективность использования виртуальной реальности при обучении в юношеском и взрослом возрасте / В. В. Селиванов, Л. Н. Селиванова // Непрерывное

образование: XXI век. 2015. № 1 (9). С. 46-54. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=23082853> (дата обращения: 24.04.2023)

7. Шевченко Г. И. Основные характеристики очков виртуальной реальности и перспективы их использования в учебном процессе / Г. И. Шевченко, Д. А. Кочкин // Преподаватель XXI век. 2018. № 4-1. С. 160-168. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36954613> (дата обращения: 24.04.2023).

8. Asia-Pacific's highly skilled digital workers earn up to 65% more than their peers, survey shows // cnbc URL: <https://www.cnbc.com/2023/02/22/apac-workers-with-advanced-digital-skills-earn-up-to-65percent-more-aws/gallup-.html> (дата обращения: 24.04.2023).

9. Marriott Hotels Offers VR Travel in «Teleporter» // virtualrealitytimes URL: <https://virtualrealitytimes.com/2014/09/19/marriott-hotels-offers-holiday-experiences-in-the-new-virtual-reality-tel-po-ter/> (дата обращения: 24.04.2023).

10. How virtual reality can enrich the hospitality industry // revfine URL: <https://www.revfine.com/virtual-reality-hospitality-industry> (дата обращения: 24.04.2023).

11. How is virtual reality revolutionizing the hospitality industry // analyticssteps URL: <https://www.analyticssteps.com/blogs/how-virtual-reality-revolutionizing-hospitality-industry> (дата обращения: 24.04.2023).

ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ УСЛУГ В СОВРЕМЕННЫХ РЕАЛИЯХ

Сомова Оксана Вячеславовна

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия, аспирант
109542, Россия, г. Москва, Рязанский пр-т, 99
Тел.: 8(495)3777788
E-mail: somovaov@mail.ru

Annotation. The article is devoted to the study of current problems and prospects of personnel training for the service sector, which is developing at an active pace and plays a huge role in the development of modern society. The paper identifies the main problems of training specialists for the service sector and provides recommendations for their solution. Special attention is paid to the problem of determining the image of a competitive specialist for the service sector, as this will contribute to the competent content of educational programs and the solution of a number of other formulated problems.

Ключевые слова: сфера услуг, сервис, подготовка кадров, конкурентоспособный специалист.

Keywords: service sector, service, personnel training, competitive specialist.

Яркой тенденцией современности выступает опережающее развитие сферы услуг и её превращение в доминирующий сектор экономики, что в свою очередь приводит к возникновению ряда задач, связанных с применением новых подходов к управлению организациями сферы услуг и повышением профессионального уровня специалистов, занятых в ней.

Важность сферы услуг определяется тем, что она не только удовлетворяет потребительские аспекты населения, но и выступает частью сельскохозяйственного и промышленного производства, потому что за счет неё создаются новые рабочие места, повышается качество жизни людей, решаются их социально-бытовые проблемы, формируется часть государственного бюджета.

Основными проблемами, препятствующими повышению уровня конкурентоспособности сервисных организаций в России, являются несовершенство законодательства в области поддержки предпринимателей, занятых в сфере услуг; слабая реальная поддержка субъектов малого бизнеса; дефицит квалифицированных кадров и, как следствие, отсутствие опыта в организации сервисного бизнеса; ограниченный доступ к

ресурсам; ограничения в получении услуг жителями ввиду их невысокого уровня реального дохода и некоторые другие. Именно от качества услуг зависит уровень жизни населения, который выступает ключевым индикатором успешности социально-экономического развития.

Проблема нехватки квалифицированных специалистов актуальна для любых отраслей экономики, но особенно для тех, которые претерпевают активные изменения, что выдвигает новые требования к специалистам нового поколения и обуславливает необходимость их быстрой и успешной адаптации к новым условиям хозяйствования. Всё это в свою очередь ставит новые вызовы перед системой образования, которая должна трансформировать технологии обучения и его содержание.

Проблеме подготовки специалистов для сферы услуг начали уделять активное внимание еще в 2009 году. Тогда был создан Национальный научно-образовательный инновационно-технологический консорциум вузов сервиса, инициатором которого выступил Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики. Форма консорциума содействует более эффективному сотрудничеству в области науки и образования, так как представляет собой добровольное объединение участников, каждый из которых сохраняет свою юридическую самостоятельность и имеет свою зону ответственности и обязательств.

Активное развитие сферы услуг должно свидетельствовать о таких же масштабах подготовки специалистов для неё, однако это не совсем так.

В целом можно выделить следующие актуальные проблемы подготовки кадров для сферы услуг в современных условиях.

1. Неготовность общества воспринимать специалистов сервиса на уровне высшего образования из-за устоявшегося стереотипа о том, что профессии сервисного характера – это рабочие профессии [3].

2. Оторванность от бизнеса ввиду слабой вовлеченности организаций в процесс подготовки кадров, что влечет за собой несоответствие будущих специалистов потребностям на рынке услуг.

3. Устаревшие методы и подходы к обучению из-за стремительного развития информационных технологий, повсеместной цифровизации [4].

4. Отсутствие у обучающихся знаний и навыков из реальной практики.

5. Сложный бюрократический аппарат, повышающий нагрузку на преподавателей, что негативно сказывается на процессе обучения.

6. Относительно небольшой часовой объем практических занятий, увеличивающий разрыв между теорией и практикой.

7. Снижение у обучающихся мотивации к обучению из-за доступности информации в электронных источниках.

8. Недостаточная интеграция обучающихся в общественную деятельность, в том числе волонтерскую деятельность, которая развивает дополнительные навыки и вносит вклад в формирование гармонично развитой личности, что особенно важно в сфере услуг в силу специфики функционирования этой отрасли экономики: все профессии в ней неразрывно связаны со взаимодействием с людьми.

9. Несоответствие содержания реализуемых образовательных программ реальным запросам экономики, в частности из-за отсутствия представления о качествах, необходимых будущему специалисту в избранной сфере деятельности [2].

10. Низкий уровень профессиональной составляющей учебно-методической литературы [2].

11. Отсутствие материально-технической базы, учитывающей конкретный профиль подготовки.

Конкурентоспособность – это ключевой фактор успеха экономики, поэтому в рамках данного исследования особое внимание уделено проблеме определения образа конкурентоспособного специалиста для сферы услуг, что будет содействовать грамотному содержательному наполнению образовательных программ и решению ряда других сформулированных выше проблем [3]. Следует понимать, что такой специалист обладает не

только необходимыми компетенциями в избранной сфере деятельности, но и профессионально значимыми личностными качествами.

Одним из свойств услуги является её неотделимость от производителя, поэтому и существует тесная связь между сотрудниками организации и успехом её деятельности.

Чтобы выявить, какими характеристиками должен обладать специалист сферы услуг, необходимо провести анализ рынка услуг, определить особенности и тенденции его развития. Конечно, рынок услуг подчиняется общим механизмам функционирования товарного рынка (например, взаимодействие спроса и предложения), однако имеет и свои специфические закономерности развития, обусловленные природой сферы услуг:

- преобладание малых и средних предприятий;
- территориальная сегментация и локальный характер;
- высокая чувствительность к изменениям рыночной конъюнктуры;
- преобладание личного контакта потребителя услуг и её производителя;
- высокий динамизм и гибкость, объясняемые относительно простыми условиями вхождения на рынок и высокой скоростью оборота капитала;
- индивидуальность оказываемых услуг, клиентоориентированный сервис;
- высокая дифференциация продукта в одной и той же отрасли и др.

При этом сервисные услуги для клиента могут быть как видимыми (например, парикмахерские услуги), так и менее видимыми (например, услуги телефонной связи), что обуславливает необходимость владения специалистом как развитыми коммуникативными навыками, так и навыками использования различных технологий при взаимодействии с материальными объектами.

Таким образом, будущий специалист должен обладать знаниями, умениями и навыками в избранной сфере профессиональной деятельности, коммуникативными компетенциями, а также профессионально значимыми личными качествами. Решая вопрос содержательного наполнения образовательной программы, необходимо предусмотреть включение в учебный план дисциплин, непосредственно связанных с профилем подготовки, чтобы обучить грамотному взаимодействию с материальными объектами; дисциплин, развивающих коммуникативные навыки, а также предусмотреть организацию мероприятий, способствующих формированию профессионально значимых личностных качеств (психологическая устойчивость, нравственное здоровье и др.).

Безусловно, решение других проблем нельзя оставить без внимания. Важен комплексный подход, который обеспечит синергетический эффект. В частности, следует обратить внимание на такие меры, как:

1. Сближение бизнеса и образования путем:

- привлечения к педагогической деятельности профильных специалистов, утверждение ими тем выпускных квалификационных работ, формирование заданий для обучающихся;
- разработки совместно с работодателями концепции подготовки кадров с учетом тенденций развития разных видов услуг, а также состояния экономики в целом;
- модернизации образовательных программ с учетом требований работодателей;
- оценки качества подготовки выпускников, соответствия полученных знаний профилю образовательной программы с участием работодателей.

2. Разработка критериев измерения качества усвоенных знаний и практических навыков.

3. Обновление и укрепление материально-технической базы учебных заведений за счет создания тренинговых учебных комплексов по видам услуг [2].

4. Повышение на регулярной основе квалификации преподавателей в части работы с инновационными цифровыми технологиями, а также в области педагогики и профильных областях знаний [4].

5. Оказание содействия выпускникам в трудоустройстве в сфере услуг.

6. Формирование системы мониторинга потребностей рынка труда в кадрах различной квалификации.

7. Финансирование системы образования.

8. Развитие и финансирование научных исследований, направленных на разработку современных технологий обслуживания, а также технологий для маркетинговых исследований [1].

9. Сетевое взаимодействие всех институциональных структур, заинтересованных в подготовке конкурентоспособных кадров для сферы услуг.

Качественная подготовка кадров для сферы услуг является актуальным вопросом современности, что определяет необходимость создания такой системы подготовки, которая бы обеспечила выпуск специалистов, способных приспосабливаться к постоянно изменяющимся условиям работы в сфере услуг, владеющих новейшими достижениями науки, техники и технологии с целью их использования в профессиональной деятельности для повышения её эффективности. При этом важна интеграция усилий государства, образования и бизнес-сообществ, что обеспечит решение проблем подготовки кадров за счет синергетического эффекта. Механизм регулирования процесса подготовки должен способствовать совершенствованию образовательных технологий, чтобы обеспечить адекватное удовлетворение запросов рынка труда в текущих условиях его функционирования [2]. Конкурентоспособный специалист обеспечит успех сервисной организации, что в свою очередь самым положительным образом будет влиять на развитие сферы услуг и выступать движущей силой устойчивого развития экономики страны.

Библиографический список:

1. Викторов А. Д. Современные проблемы подготовки специалистов для сферы услуг / А. Д. Викторов // Инновации. – 2010. – № 4(138). – С. 56-60.

2. Илюхина Г. И. Подготовка кадров для сферы услуг / Г. И. Илюхина // Сервис plus. – 2010. – № 3. – С. 117-124.

3. Пастухова Д. А. Модель конкурентоспособного специалиста сервиса / Д.А. Пастухова, Е.Г. Грудистова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2018. - Т. 4. - № 2. - С.53-64.

Патрусова А. М. Управление персоналом в условиях развития цифровой экономики / А. М. Патрусова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 7, № 3. – С. 71-83.

ПЕРСПЕКТИВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ НАУЧНО-ПОПУЛЯРНОГО ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА)

Тестина Яна Сергеевна

ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», г. Санкт-Петербург, Россия

канд. экон. наук, доцент кафедры страноведения и международного туризма

199178, Россия, г. Санкт-Петербург, 10-я Линия В. О., 33-35

Тел. 8 (812)363-62-21

E-mail: y.testina@spbu.ru

Abstract: The demand for accelerated development of Russia's technological potential leads to an acceleration of efforts to attract people to science. Popular science tourism is one of the directions of popularization of science, introducing young people to it, increasing the prestige of scientific specialties. The article describes the theoretical foundations of popular science tourism, the prospects of its use for educational organizations and the examples of participation of St. Petersburg universities.

Ключевые слова: туризм, научно-популярный туризм

Key words: tourism, popular science tourism, sci-fi tourism

Научно-популярный туризм является в настоящее время одним из самых интенсивно развивающихся видов туризма в Российской Федерации. С целью популяризации науки, привлечению в нее талантливой молодежи, повышения привлекательности научных специальностей, демонстрации населению научных проектов и инициатив 2021 год был назначен Годом науки и технологий [1]. Опыт проведения подобного специализированного научного цикла мероприятий, объединенного одной идеей, стилистикой, бренд-буком, оказался удачным: было проведено более 6,5 тысяч мероприятий, собравших в совокупности более 250 млн участников, повысилась вовлеченность студентов и школьников [2]. В связи с востребованностью обществом подобных инициатив было решено провести Десятилетие науки и технологий в Российской Федерации с 2022 по 2031 годы [3]. Основным органом, обеспечивающим взаимодействие органов исполнительной власти всех уровней, фондов поддержки научной и инновационной деятельности, образовательных учреждений и иных субъектов научной деятельности является Координационный комитет по проведению в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий [3]. У проекта есть сайты, информирующие о мероприятиях, достижениях в науке и технологиях, научных инициативах: <https://годнауки.рф> и <https://наука.рф>.

Одной из инициатив, ориентированной на абитуриентов, формирующей позитивное отношение к образовательному процессу, является трэвел-шоу «Мои университеты. Будущее за настоящим» созданное телеканалом НТВ совместно с АНО «Национальные приоритеты», которое в популярном для молодежи формате описывает возможности российских вузов, особенно делается упор на региональные учебные заведения [4]. Необходимо отметить, что формат трэвел-шоу, активно распространенный на российском телевидении и в социальных сетях, находит достаточно большой отклик у абитуриентов, является для них понятным и привлекательным. В целом, продвижение образовательных практик через призму туризма представляется многообещающим направлением.

В качестве перспективного направления интенсификации развития науки, а также более эффективной профориентационной деятельности представляется научно-популярный туризм, включаемый в класс познавательного туризма [5].

Исследование понятийного аппарата научно-популярного туризма, проведенного Барановой А.Ю. [6] привело к компиляции различных дефиниций, выразившейся в следующем определении: временные выезды граждан в период от 24 часов до 6 месяцев подряд без извлечения материальной выгоды, с целью осуществления научно-исследовательской деятельности на конкретной территории, где турист, принимая активное участие в познании объекта или научно-образовательных мероприятиях, результаты своего труда предоставляет сообществу в виде публикаций или научно-исследовательских разработок, что способствует решению приоритетных социально-экономических, экологических и производственных задач; сохранению исторического, культурного и природного наследия данной дестинации.

При формулировании определения Баранова А.Ю. в большей степени опиралась на изучение научного туризма, это привело ее к выводу о том, что результатом участия в научно-популярном маршруте должна стать статья или разработка, что представляется сомнительным в реальной практике. Обращаясь к определению научно-популярных изданий [7] можно сделать вывод о том, что они должны быть доступны для понимания широкому кругу лиц, как знатокам, так и неподготовленным читателям. Следовательно, научно-популярный туризм должен быть доступен массовой аудитории.

Ориентация на специалистов, которые по окончании тура, смогут оформить исследование, не представляется основной целью данного направления. Именно акцент на школьников, молодежь, которые только ищут себя, позволит создать эффективную систему приобщения к науке и технологиям.

Более верным с точки зрения популяризации научного туризма является определение Пономаревой И.Ю., Савинова В.Ю. [8] - вид туризма, направленный на популяризацию науки в доступном и интересном формате, совмещающий путешествие с исследованиями окружающего мира, знакомством с уникальными научными объектами, передовыми

учеными и их научными школами. Данная дефиниция не учитывает такие технологические особенности туризма, как период пребывания, смену территории, неполучение дохода и прочее, однако четко описывает суть и цель описываемого вида туризма.

Согласно «Концепции развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года», представленной на сайте <https://scienceid.net>, созданном АНО «Центр развития научных и образовательных инициатив» для эффективной коммуникации ученых, под научно-популярным туризмом подразумеваются временные выезды (путешествия) граждан РФ и иных лиц с постоянного места жительства в познавательных, профессионально-деловых и иных целях, осуществляющихся по утвержденным маршрутам с посещением объектов инфраструктуры организаций, сопряженных с научной, инновационной, образовательной, просветительской деятельностью, с соблюдением требований безопасности и режима охраны указанных объектов, способствующие популяризации достижений российской науки и технологий [10]. При этом решение о признании туристского маршрута научно-популярным принимается рабочей группой по развитию научно-популярного туризма Координационного совета по делам молодежи в научной и образовательной сферах Совета при Президенте Российской Федерации по науке и образованию.

Объектами научно-популярного туризма [9] являются:

- Научно-исследовательские институты;
- Образовательные организации;
- Производства, обладающие знаниями об инновационных бизнес- процессах;
- Объекты туристической индустрии (средства питания, размещения, показа и посещения, объекты торговли и др.);
- Музеи;
- Научограды;
- Событийные научные мероприятия и фестивали и т.д.

Согласно Концепции развития научно-популярного туризма организациям, участвующим в обеспечении развития научно-популярного туризма, рекомендуется отправлять своих сотрудников на повышение квалификации в формате дополнительного профессионального образования для надлежащего выполнения функций при организации научно-популярных маршрутов и осуществлении просветительской деятельности. Однако, данный вопрос является недостаточно проработанным, так как не определено, должен ли сотрудник, отвечающий за реализацию подобного тура в образовательной организации, иметь аттестат гида-экскурсовода или просто пройти повышение квалификации по программам повышения квалификации в сфере туризма и гостеприимства.

Представляется, что образовательным организациям участие в научно-популярном туризме является интересным с точки зрения:

- 1) профориентационной деятельности, так как основная аудитория: учащиеся школ, студенты, молодые ученые до 35 лет;
- 2) продвижения локального бренда образовательной организации, повышения его узнаваемости;
- 3) увеличения индекса лояльности клиентов (Net Promoter Score - NPS) образовательной организации;
- 4) улучшения деловой репутации образовательной организации;
- 5) вовлечения в сообщество образовательных организаций, объединенных интересом к популяризации науки для перспективного создания совместных проектов;
- 6) повышения привлекательности профессий, которым обучают в образовательной организации;
- 7) развития личных брендов ученых и сотрудников образовательных организаций;
- 8) получения дополнительного финансирования и др.

В настоящий момент образовательные организации принимают активное участие в формировании Всероссийского реестра объектов научно-популярного туризма [10], в

наполнении сайта <https://scienceid.net> научно-популярными турами, которых к апрелю 2023 года было представлено 53.

Рассмотрим географию научно-популярных туров, представленных на сайте по убыванию [11]:

Москва – 8,

Новосибирская область – 7,

Республика Крым – 6,

Краснодарский край – 4,

Амурская область, Иркутская область, Калужская область, Нижегородская область, Приморский край – по 2,

Оренбургская область, Севастополь, Санкт-Петербург, Калининградская область, Красноярский край, Московская область, Тамбовская область, Ямало-Ненецкий АО – по 1.

Если сопоставить регионы, представившие научно-популярные туры и, к примеру, имеющие вузы со статусом опорных, или относящиеся к регионам с лучшими вузами страны [12], то корреляция абсолютно не прослеживается. Однако, именно опорные вузы, как стремящиеся к повышению привлекательности своего бренда у абитуриентов на уровне регионов, а не федеральные университеты или национальные исследовательские университеты должны стремиться к активной профориентационной деятельности, в том числе посредством научно-популярного туризма.

При этом флагманами должны быть МГУ им. М.В. Ломоносова, Санкт-Петербургский государственный университет, как классические университеты, имеющие особый статус, и национальные исследовательские университеты.

Важным направлением научно-популярного туризма является программа «Больше, чем путешествие» [13]. Это система поощрительных туров для победителей конкурсов президентской платформы «Россия – страна возможностей» и Российского общества «Знание». В состав туров, организуемых региональными туроператорами обязательно должен включаться образовательный блок, который в том числе проводится представителями учебных заведений, научно-исследовательских институтов. При этом происходит популяризация науки, а также вовлечение участников проекта в познавательную среду. К примеру, в рамках премиальных туров, организованных в Санкт-Петербурге туроператором «Петротур» [14] входят лекции от представителей Санкт-Петербургского государственного университета и Российского государственного педагогического университета им. А. И. Герцена, Всероссийского общества охраны природы. Туристы узнают о культурных объектах и новой географии Санкт-Петербурга, охране окружающей среды. Отклик о проведении образовательных мероприятий положительный, так как материал подается в интерактивной форме с вовлечением слушателей.

Проект «Больше, чем путешествие» стимулирует развитие науки, поощряя участие в конкурсах, в том числе носящих научно-технологическую направленность: Международный инженерный чемпионат «CASE-IN» [15], Национальная технологическая олимпиада [16], Олимпиада «Я — профессионал» [17], оценивающая навыки и знания студентов по техническим, гуманитарным, естественно-научным, педагогическим, аграрным и медицинским направлениям.

В рамках «Больше, чем путешествие» происходит интенсификация вовлечения образовательных организаций в научно-популярный туризм. В 2023 году проходил Конкурс на определение самых востребованных регионов Российской Федерации для молодёжных путешествий «Маршрут построен» [18]. В конкурсе участвовало 70 региональных команд, сформированных из представителей органов исполнительной власти, туристической, общественных и образовательных организаций, а также 3425 участников индивидуального трека. В результате были отобраны 10 регионов-победителей, в числе которых был Санкт-Петербург. Образовательный блок был представлен интерактивными мероприятиями, популяризирующими профессии в индустрии туризма и гостеприимства, а также формирующими научные познания в данном направлении: Санкт-Петербургский государственный университет представил Проектную сессию «Расширь реальность» - XR-

технологии в объектах индустрии туризма и гостеприимства; Санкт-Петербургский государственный экономический университет – Разбор кейса по проектированию профессионального молодежного события/тура; Петровский колледж – Интерактивные экскурсии в экскурсионной деятельности; Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена – Генерацию идей и проектирование нового молодежного турпродукта. Важно, что образовательно-научная составляющая в процессе путешествий встречает положительные отзывы от потенциальных туристов, что свидетельствует о потенциале данного направления для популяризации науки.

Научно-популярный туризм позволит посредством поощрительных туров с научно-образовательной составляющей, вовлечения образовательных и научно-исследовательских организаций в процесс проектирования и реализации туристских маршрутов, стимулировать интерес к познанию, оптимизации профориентационной деятельности, привлечению молодежи в науку, что в итоге позволит увеличить технологический потенциал страны.

Библиографический список:

1. О проведении в Российской Федерации Года науки и технологий: Указ Президента Российской Федерации от 25.12.2020 № 812// Портал Гарант: [сайт]. - URL: <https://base.garant.ru/400126172/> (дата обращения: 16.04.2023).

2. В День российской науки подвели официальные итоги Года науки и технологий// Портал Год науки: [сайт]. - URL: <https://годнауки.рф/news/12363/> (дата обращения: 16.04.2023).

3. Об объявлении в Российской Федерации Десятилетия науки и технологий: Указ Президента Российской Федерации от 25.04.2022 № 231 // Официальный интернет-портал правовой информации: [сайт]. URL: <http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202204250022> (дата обращения: 16.04.2023).

4. В Минобрнауки представили новый телепроект «Мои университеты. Будущее за настоящим» // Официальный портал АНО «Национальные приоритеты»: [сайт]. URL: <https://национальныеприоритеты.рф/news/v-minobrnauki-predstavili-novyy-teleproekt-moi-universitety-budushchee-za-nastoyashchim/> (дата обращения: 16.04.2023).

5. Тестина Я.С. Теоретические аспекты таксономии специальных видов туризма / Я.С. Тестина // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. - 2021. - Т. 15. - № 2. - С. 62-71.

6. Баранова А.Ю. Научно-популярный туризм: структура и методы финансирования / А.Ю. Баранова // Управленческий учет. - 2022. - № 4-2. - С. 237-243.

7. Жохов С.Б. Научно-популярные издания в среде новых медиа/ С.Б. Жохов // КиберЛенинка. Знак: проблемное поле медиаобразования. - 2020. - № 4 (38), - С. 142-150. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/nauchno-populyarnye-izdaniya-v-srede-novyh-media> (дата обращения: 16.04.2023).

8. Пономарева И.Ю. Исторические предпосылки развития научно-популярного туризма в Тульской области/ И.Ю. Пономарева, В.Ю. Савинов // Российские регионы: взгляд в будущее. - 2022. - Т. 9. - № 3-4. - С. 64-74.

9. Концепция развития научно-популярного туризма в Российской Федерации на период до 2035 года: Утверждена Министром науки и высшего образования Российской Федерации 25.01.2023 г. // Официальный портал АНО «Центр развития научных и образовательных инициатив»: [сайт]. URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/78/4/bdf61971_4.pdf (дата обращения: 16.04.2023).

10. Всероссийский реестр объектов научно-популярного туризма / Официальный портал АНО «Центр развития научных и образовательных инициатив»: [сайт]. URL: https://scienceid.net/upload/tourism_document/da/6/cfe4a3ef_6.pdf (дата обращения: 16.04.2023).

11. Все проекты научно-популярного туризма // Официальный портал АНО «Центр развития научных и образовательных инициатив»: [сайт]. URL: <https://scienceid.net/tourism/> (дата обращения: 16.04.2023).

12. Рейтинги университетов, 2022 год: аналитические материалы. // Официальный портал Рейтингового агентства RAEX (РАЭК-Аналитика) [сайт]. URL: https://raex-a.ru/files/presentations/BY3-2022_analytics.pdf (дата обращения: 17.04.2023).

13. О проекте// Официальный портал проекта «Больше, чем путешествие»: [сайт]. Москва, 2021 -. – URL : / <https://morethantrip.ru/about> (дата обращения: 17.04.2023).

14. Официальный сайт ТО «Петротур». Экскурсионные и автобусные туры по Европе и России: [сайт]. Санкт-Петербург, 1994. – URL : <https://petrotour.ru/> (дата обращения: 17.04.2023).
15. CASE-IN : международный инженерный чемпионат : [сайт]. Москва, 2023. – URL : <https://case-in.ru/> (дата обращения: 17.04.2023).
16. Национальная технологическая олимпиада: [сайт]. НТО, 2023. – URL : <https://ntcontest.ru/> (дата обращения: 17.04.2023).
17. Олимпиада «Я — профессионал»: [сайт]. Москва, 2017. – URL : <https://yandex.ru/profi/> (дата обращения: 17.04.2023).
18. Конкурс «Маршрут построен» // Официальный портал проекта «Больше, чем путешествие» – URL : <https://morethantrip.ru/routebuilt> (дата обращения: 17.04.2023).

СОВРЕМЕННЫЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ПРОЦЕССЫ В ПОДГОТОВКЕ КАДРОВ ДЛЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ

Фролова Наталья Валериевна

Образовательный фонда «Талант и успех»
ведущий специалист группы учета финансирования деятельности Департамента
казначейства
354310, Россия, пгт. Сириус, Триумфальный пр.1
Тел.: 8 (989) 092-21-39.
E-mail: Frolova.N96@gmail.com

Annotation: The travel industry represents a significant influence in the economy of the state. This study examines the training of students in the tourism sector, where the specifics of the activity depends on the characteristics of the professionalism of the participants in the service industry. The reputation of the state is mainly based on personnel. High-quality education in the tourist area contributes to improving the quality of services, and the result of specialists creates the image of the country.

Ключевые слова: образовательные центры, профессиональное обучение, квалификация, туристская отрасль.

Key words: educational centers, vocational training, qualification, tourism industry.

Введение

Особенной областью коммерческой деятельности является сфера туризма и гостеприимства, которая подразумевает взаимодействие работы различных компаний. Нынешняя форма дипломированного обучения в туристском направлении подразумевает регионально разделенную концепцию постоянного профобучения и стажировки сотрудников. Характеристикой данной отрасли является универсальность специализации сотрудников согласно разным направлениям технологического, научно-технического, финансового, административного назначения. Это достигается совместной деятельностью системы квалифицированного обучения и кадрового потенциала. Возможность коллективной работы секторных предприятий и структурных образовательных учреждений оказывает большое влияние на адаптацию специалистов.

В нынешних обстоятельствах ограничений в России область туризма, как и гостеприимства, одна из самых крупных и стремительно изменяющихся отраслей экономики. В индустрии путешествий этим направлениям отведена первая роль. Компонентами этого сектора являются предприятия и учреждения, задача работы которых ценностная ориентация на потребительский спрос пользователей: удобство, заинтересованность, насыщенность, привлекательность.

Диапазон гостеприимства содержит в себе большое число различных направлений: услуги общественного питания и размещения, туризм, научно-познавательные мероприятия, спортивно-развлекательные центры, интернациональные турниры, лечебно-оздоровительные

объединения. Отсюда возникает необходимость в универсальной инфраструктуре, которая гарантирует набор разнообразных услуг для осуществления приема туристов. А также побуждает координировать комплексное обучение гостиничных экспертов [1].



Рис. 1. Построение сферы гостеприимства [2]

Материалы и методы

Перспективы развития туризма в России регулирует Федеральный закон № 132-ФЗ от 24.11.1996г. в редакции Федерального закона № 519-ФЗ от 19.12.2022 г. «Об основах туристической деятельности в Российской Федерации». Основные позиции которого дают возможность нести сравнительное преимущество с общемировыми показателями.

В работе используется метод логического исследования, путем анализа развития и особенностей; метод наблюдения, с характерным восприятием тех или иных явлений в целостности и динамике; метод конкретизации, и метод обобщения; метод постановки проблем и выявление разрешения и противоречий; метод моделирования путем определения поведения и характеристик реальных систем.

Результаты и обсуждение

Быстрое формирование информативной базы, интеграция, обусловили частичное нарушение актуальности в учебном процессе. В связи с легкостью посещения электронных ресурсов и сведений по той или иной теме, существенно снизился стимул учащихся к образовательному процессу. Возникает вопрос связи между концепцией знаний и действительностью рабочего процесса, отмечается необходимость увеличения количества стажировок и получения практики студентами. В некоторой мере учащиеся обладаю базисными познаниями, где ощущается нехватка необходимых фактических навыков, по окончании образовательного учреждения [3]

На сегодняшний день имеется огромное число направлений повышения и переподготовки кадров, которые в большинстве случаев находятся в образовательных учреждениях и нуждаются в основной массе в закреплении практических умений и глубокого мастерства. Возникает необходимость чаще привлекать к преподаванию специалистов туристского сектора.

С целью адаптации сотрудников в туристской области следует осуществить модификацию в профобразовании согласно обозначенным направлениям:

1. Создание современных профессиональных правил к ключевым должностям сферы туризма;
2. Усовершенствование имеющихся учебных стереотипов с целью организации экспертов в туристской области;
3. Усовершенствование просветительских проектов в отношении практической деятельности и интернет-технологий;

4. Осуществление годового прогноза потребности института туризма, гостиничного бизнеса;

5. Развитие образовательных коллективов, посредством формирования базисных факультетов, бизнесхабов и других объединений;

6. Осуществление высококлассной подготовки и переподготовки педагогов специализированных предметов в образовательных центрах отрасли туризма;

7. Формирование предметной кафедры, специальных учебных центров.

На сегодняшний день условия по обучению сотрудников, в состоянии стремительно формирующейся сферы туризма, диктуют подходящую реформу по приведению образовательного процесса на мировой уровень [4].

Оценка спроса непосредственно привязана к профессионализму работников, а мотивация и комфорт посетителей в области сервиса добывается добросовестностью штатных служащих.

Поддерживать высокий уровень профессионализма помогает непрерывная подготовка, переподготовка кадров, практический опыт и обмен знаниями, разработка новых систем и технологий в туризме и гостеприимстве.

В Российской Федерации трудности профессионального предоставления туристических услуг длительный период были вне области контроля органов власти, что повлекло за собой запаздывание в развитии этой отрасли в сравнении с международной динамикой. Согласно исследованию, образовательным учреждениям, создающим профессионалов в туристической сфере, необходима помощь государства в формировании подходящих требований для процесса обучения и создания единой базы взаимодействия профильных организаций.

Требуется содействие в управленческих и юридических аспектах обучения, осуществление финансирования перспектив в процессе образования, субсидирование и инспектирование бюджетных средств, участие в возможностях проведения специализации [6].



Рис. 1. Система построения непрерывной профподготовки специалистов в гостиничном и туристическом бизнесе [5]

Общероссийский институт туризма и сервиса ведет системную и методологическую деятельность, нацеленную на высококачественное усовершенствование хода преподавания, а также непосредственно коммуницирует с Министерством образования, Министерством туризма, Министерством спорта и другими федеральными, региональными и муниципальными органами власти, коммерческими и публичными структурами. Данное взаимодействие дает возможность, в различной степени компетентности, устанавливать и решать проблемы касательно развития уровня обучения кадров и выставлять предложения. Это базируется на сведениях, полученных в результате выборочных статистических опросов, исследовательских разработках и итогах своей фактической работы.

Заключение

Для проработки и выполнения различных подходов к программе обучения в образовательных центрах рекомендуется: осуществить оценку необходимости существующих туристских специальностей на рынке труда и введения дополнительных рабочих профессий в общероссийский классификатор, добавления тарифных разрядов (ОКПДТР); создать отборочные условия к данным специальностям; участвовать во внесении изменений в применяемую правовую и методическую базу; реализовать механизм сертификации сотрудников, который будет применяться для всех специалистов разных квалификационных уровней [7].

Так с 12 апреля 2023 года ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» вошел в состав федерального учебно-методического объединения в системе высшего образования по укрупненным группам специальностей и направлений подготовки (УГСН) 43.00.00 «Сервис и туризм», где эксперты университета приступили к разработке нового федерального государственного образовательного стандарта высшего образования (ФГОС) 4 поколения по УГСН 42 «Гостеприимство, сервис и оказание услуг». В проектной сессии 24 и 25.04.2023 года рассмотрели и спроектировали необходимые составные компоненты пятого раздела ФГОС ВО «Характеристики направлений подготовки высшего образования, касающиеся УГСН 42 [8].

Итоги осуществления данных мероприятий обязаны привлечь в базу современных норм высшего и среднего профессионального образования участников туристического сегмента, соответствующих как условиям отдельных организаций, так и страны в целом.

Библиографический список:

1. Морозов В.Ю. Особенности подготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства в России: традиционный и современный подходы. / В.Ю. Морозов, А.А. Поправкина // - URL: https://tourlib.net/statti_tourism/morozov6.htm (дата обращения: 15.04.2023).
2. Полевая М.В. Особенности подготовки кадров для индустрии туризма: отечественный и зарубежный опыт. М.: ООО «Технологии стратегического менеджмента», - 2012. (монография). URL: <https://en.ppt-online.org/1222624> (дата обращения: 18.04.2023).
3. Современные проблемы подготовки кадров с высшим образованием для индустрии туризма и гостеприимства. - URL: <https://vc.ru/u/1068080-fedor-timohov/566835-sovremennye-problemy-podgotovki-kadrov-s-vysshim-obrazovaniem-dlya-industrii-turizma-i-gostepriimstva> (дата обращения: 18.04.2023).
4. Пирогова О.В. Состояние подготовки кадров для сферы туризма в Российской Федерации. // Scientific Cooperation Center "Interactive plus" URL: <https://interactive-plus.ru/e-articles/505/Action505-471825.pdf> (дата обращения: 20.04.2023).
5. Селезнева А.А. Стратегические изменения в профессиональной подготовке специалистов в сфере туризма и гостеприимства // Всероссийская научно-практическая конференция 21 сентября 2018 г. / кол. авторов; под ред. Е.Е. Коноваловой. — Москва: РУСАЙНС, 2018. — 504 с. (Дата обращения: 21.04.2023).
6. Ломаев, П. А. Проблемы правового регулирования туристской деятельности в Российской Федерации / П. А. Ломаев. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2020. — № 45 (335). — С. 123-126. — URL: <https://moluch.ru/archive/335/74731/> (дата обращения: 28.04.2023).

7. Подготовка кадров для туризма: проблемы и задачи// 2023 Издательский дом «Бюджет». - URL: <https://bujet.ru/article/55618.php> (дата обращения: 29.04.2023).

8. Новые образовательные стандарты. - URL: https://sutr.ru/about_the_university/news/42335/ (дата обращения: 30.04.2023).

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ ДЛЯ ОТЕЧЕСТВЕННОЙ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В НОВЫХ РЕАЛИЯХ

¹ Цаболова Ольга Руслановна

² Цунаева Юлия Олеговна

¹ ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
канд. фил. наук, доцент кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Россия, г. Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8(910) 416-51-16
E-mail: orts@bk.ru

² ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
старший преподаватель кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Россия, г. Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8(915) 2615439
E-mail: tsunayev@mail.ru

Annotation: New realities pose challenges for the domestic hospitality industry successful solution of which has a huge impact on its future. The development of local tourism, the transition from international brands to domestic ones, the introduction of digital technologies and the compliance of hospitality industry enterprises with high standards is impossible without personnel training. Universities are working on solving this problem, providing training of personnel who are ready to work in the hospitality industry and in hotel consulting afterwards.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, отель, туризм, гостиничный консалтинг, бренд.

Key words: hospitality industry, hotel, tourism, hotel consulting, brand.

События последних двух лет привели к кардинальным трансформациям в сфере индустрии гостеприимства и общественного питания. Российский турист переходит в силу известных обстоятельств на новые направления как внутри страны, так и за ее пределами. Среди основных тенденций следует назвать заметное смещение спроса с запада на восток и расширение географии путешествий по России. Таким образом, создаются благоприятные условия для реализации туристического потенциала нашей страны. Для гостиничного бизнеса это означает создание дополнительных возможностей и появление новых гостиничных, ресторанных и туристических проектов. Реструктуризация рынка предприятий гостеприимства и общественного питания характеризуется переходом от международных брендов к российским.

Увеличение числа локальных операторов и их развитие также должны в скором будущем привести к качественным изменениям в отрасли. Следовательно, спрос на квалифицированных специалистов в сфере гостеприимства будет расти. Подготовка таких кадров должна соответствовать современным вызовам, она требует серьезной работы, как со стороны системы образования, так и со стороны обучающихся. Долгий путь к вершинам профессии нередко начинается с совмещения учебы по специальности с работой на стойке регистрации отеля или в иных его подразделениях. Начиная в студенческие годы с самого низа иерархической лестницы, студенты, выбравшие направление обучения «Гостиничный

и ресторанный бизнес» постигают азы профессии на протяжении всего периода обучения, ведь работа в крупном отеле, а тем более в гостиничном консалтинге требует колоссального практического опыта в сочетании с надежным и качественным университетским образованием [1].

Для того, чтобы идти в ногу со временем, индустрии гостеприимства нужны высококвалифицированные кадры, способные работать в нынешней непростой для этой отрасли экономики ситуации. Насколько востребованы специалисты этого направления свидетельствует тот факт, как много ведущих столичных вузов готовят бакалавров и магистров в сфере индустрии туризма и гостеприимства. Ведущими вузами в этой области следует назвать ГУУ, РАНХиГС, РГГУ, РГСУ, РЭУ им. Плеханова, РУДН и многие другие. Начинающие менеджеры отелей должны обладать задатками лидера и организаторским талантом, способностью гасить конфликтные ситуации, а еще лучше не допускать их в своей работе, быть аккуратными, собранными и пунктуальными. Они должны учитывать в своей деятельности отечественный и мировой опыт, владеть иностранными языками и современными гостиничными технологиями. За 4 года бакалавриата студенты получают знания в области гостиничного и ресторанного бизнеса, процесс обучения предусматривает разумное сочетание изучения теории (управление в индустрии туризма, основы безопасности в отеле, бухучет и финансы, предпринимательство и инновации и т.д.) и практические занятия. Все студенты проходят за время учебы по этому направлению практику в отелях, а многие совмещают получение образования с работой по профилю обучения. По желанию студент может провести год за границей, поэтому большое внимание уделяется также изучению иностранных языков. По окончании бакалавриата выпускники поступают на магистерские программы, которые предлагают углубленное изучение гостиничного бизнеса. По завершении магистратуры выпускники благодаря высокой квалификации могут работать на предприятиях гостиничного и ресторанного бизнеса, а затем, набравшись практического опыта и знаний, в консалтинге, специализирующемся в сфере туризма и гостеприимства, а кроме того, на предприятиях индустрии развлечений и спорта, в учреждениях медицины и образования.

По мнению руководителя подразделения индустрии гостеприимства CORE.XP М. Багдасарова «Уход зарубежных брендов в сочетании с ростом внутреннего спроса - это стратегическая возможность для российских гостиничных сетей. Например, текущая ситуация дает дополнительные преимущества для более интенсивного развития таким российским операторам, как Azimut и Cosmos Group, которые уже набирают вес на рынке. В условиях отсутствия западных туристов переход на российский бренд является более выгодной стратегией для собственников отелей. Что касается операторов, то для них такое решение повысит узнаваемость отечественных компаний в России и на рынках стран ближнего зарубежья» [1].

Однако следует отметить, что, принимая во внимание неоднозначность ситуации в отрасли, когда приостановлено авиасообщение с многими странами и небывалым сокращением въездного потока, основу которого составляли туристы из Германии, США, Великобритании, Японии, Франции и других стран Запада, замену которым могут составить лишь в некоторой степени туристические потоки из стран ближнего зарубежья, с Ближнего Востока, из Индии, Китая и Латинской Америки, а специалисты считают эту замену неравнозначной ни по объемам, ни по доходности, следует уделять особое внимание подготовке кадров, готовых работать в новых условиях с контингентом, разительно отличающимся от привычного туриста.

Иные непривычные культурные, гастрономические и религиозные отличия новых туристических потоков ставят перед гостиничным бизнесом России и вузами, осуществляющими подготовку специалистов этого направления новые задачи. В ближайшие годы придется учитывать также значительное снижение доходов населения, и соответственно рост числа отелей эконом-сегмента и готовить управленцев для эффективной работы в них. В 2022 году международные гостиничные операторы объявили сначала о приостановке деятельности, а затем об уходе с российского рынка. По мнению специалистов, их уход не приведет к сокращению числа качественных действующих

гостиничных объектов на рынке, «так как в большинстве случаев отели на территории России не принадлежат иностранным компаниям, а находятся под их управлением или франшизой. В дальнейшем гостиницы, работавшие с западными операторами по договору об управлении, будут искать новую управляющую компанию, либо примут решение заниматься управлением собственными силами [2].»

В сложившейся ситуации очевидно, что молодые управленцы в сфере отельного менеджмента будут пользоваться спросом и, несмотря на то, что снижение числа иностранных туристов негативно сказывается на отелях высокого ценового сегмента (а их загрузка упала в 2-3 раза), управленцы в индустрии гостеприимства должны быть по-прежнему в курсе основных мировых тенденций и передовых гостиничных технологий. Так, к примеру, интернет вещей в гостиничных номерах становится обыденным явлением, т.к. гость желает иметь в отеле такие же удобства, как и дома, и даже лучше. Поэтому основные услуги в гостиничном номере становятся цифровыми, будь то ключ от номера на смартфоне или доступ к потоковым сервисам. Одним нажатием пальца или с помощью голосового управления гости хотят иметь возможность получить услуги консьержа, поменять температуру в номере, включить определенную музыку. Одни инновации требуют минимальных преобразований в номере, другие весьма серьезны и требуют значительных расходов, но и те, и другие неизбежны, т.к. только они обеспечивают дальнейшее устойчивое развитие. Портативные потоковые устройства позволяют гостям брать с собой любимые программы и фильмы, но для их просмотра телевизор в номере должен иметь USB-порт. Отели могут также использовать стриминговые платформы, которые позволяют гостям при заезде входить в свои потоковые аккаунты, а при выезде из отеля автоматически выходить из системы. Шнуры от зарядки остаются в прошлом, т.к. отели используют специальные платформы для беспроводной зарядки в номерах. Беспроводная зарядка осуществляется путем размещения нуждающегося в зарядке устройства на зарядном коврике. Интеллектуальное управление номером (мощность освещения, температурный режим и т.д.) со своего смартфона или другого устройства становится обыденным явлением. Уходит в прошлое гостевая папка, ее полностью заменяет планшет в номере, который помимо обычной для гостевой папки информации об услугах отеля, может производить ряд операций в номере (например, регулировать управление освещением и температурой) или делать какие-либо запросы.

В современных отелях на новый уровень выведена технология шумоизоляции, новый стандарт звуконепроницаемых окон минимизирует шум от оживленного уличного движения и самолетов, не говоря уже о громкой музыке. Таким образом, в скором времени должны исчезнуть жалобы гостей на шум. В современных отелях устанавливают в номерах также интеллектуальную колонку, которая способна быстро обрабатывать специфичные для отеля голосовые запросы (уборка номеров, услуги камердинера и т.д.) Умные зеркала, сочетающие в себе функции телевизора и зеркала, позволяют гостям быть в курсе последних новостей, узнавать прогноз погоды или запрашивать услуги отеля с помощью функции консьержа – во время чистки зубов, бритья или укладки волос. Системы входа в номер без ключа, полностью интегрированные в программные системы отеля, позволяют гостям управлять номером в отеле бесконтактно из приложения отеля. Видеочаты консьержа дают возможность гостям с помощью сканирования QR-кода отправлять текстовые сообщения, общаться друг с другом и с персоналом отеля в режиме реального времени. Таким образом, можно избежать прямого контакта гостя с персоналом на стойке регистрации и сэкономить время, т.к. персонал в этом случае может быстрее ответить на большее число запросов и т.д. [3].

Гостиничный бизнес предполагает кроме всего прочего наличие особой культуры гостеприимства, а отечественные предприятия этой индустрии испытывали еще до начала пандемии и испытывают в настоящий момент острый дефицит в квалифицированных кадрах. К сожалению, эта проблема не всегда находит удачное решение, ведь традиционного российского радушия и гостеприимства недостаточно, чтобы обеспечить достойный уровень сервиса в отеле и обеспечить комфорт его гостям. Приток в отрасль новой рабочей силы, вызванный уходом с нашего рынка международных компаний, не решает вопроса, т.к. переучивать всегда сложнее, чем обучать. В текущей ситуации значительно возрастает роль вузов, которые осуществляют подготовку специалистов направления «Профессиональный

менеджмент отелей и ресторанов» во всех аспектах - от элитных отелей и ресторанов, клубного питания и системного питания до бизнес-консалтинга и самостоятельного управления гостиничным бизнесом [5]. Эти вузы готовят не просто специалистов и руководителей, компетентных в области делового администрирования, а высокопрофессиональные кадры, специализирующиеся именно на управлении гостиничным и ресторанным бизнесом. Сейчас, когда конкуренция с ушедшими брендами стремится к нулю, (а именно они являются законодателями мод на рынке гостиничных услуг), роль вузов, выпускающих управленцев этого профиля, обладающих соответствующими времени профессиональными компетенциями, многократно повышается.

Отечественный гостиничный бизнес должен соответствовать основным мировым тенденциям не только за счет внедрения передовых гостиничных технологий, но и за счет развития у персонала всех уровней необходимых в современных условиях навыков гостеприимства, т.е. компетенций и навыков, необходимых для достижения успеха в сфере гостеприимства или других смежных отраслях сферы услуг. Эксперты различают *Hard Skills in Hospitality* (жесткие навыки и компетенции гостеприимства) и *Soft Skills in Hospitality* (мягкие навыки и компетенции гостеприимства). К первым относятся различные функции, обеспечивающие решение сугубо технических профессиональных задач, ко вторым относятся социальные навыки и компетенции, которые позволяют команде отеля создавать для гостей незабываемые впечатления в мультикультурной и динамичной среде. Гармоничное сочетание жестких и мягких навыков и компетенций у каждого сотрудника позволяет сформировать команду профессионалов гостиничного бизнеса. Ключом к успеху молодого специалиста в индустрии гостеприимства становится идеальное сочетание IQ и EQ. Особую роль в успешной карьере начинающего управленца в этой сфере играет его эмоциональный интеллект (EQ), т.е. способность своевременно распознавать и понимать, как свои собственные эмоции, так и эмоции других людей, чтобы правильно управлять и теми и другими. Эмоционально интеллигентные люди более внимательны к чувствам других людей и поэтому умеют обходить или сглаживать острые углы и неприятные для собеседника темы [4].

Таким образом, повышенная способность к эмпатии позволяет человеку быстрее стать успешным лидером и руководителем команды единомышленников. Во многих иностранных компаниях при приеме на работу уже проводятся тесты на уровень эмоционального интеллекта соискателя, т.к. руководители предприятий сферы обслуживания, в том числе индустрии гостеприимства, понимают, что эмпаты способны проявить себя в этой области человеческой деятельности лучше, чем профессионалы, лишенные этого качества. Развитию мягких навыков и компетенций следует также уделять больше внимания во время обучения менеджеров в индустрии гостеприимства и ресторанного бизнеса, делая акцент на практическую работу и стажировки на предприятиях гостиничного бизнеса и общественного питания, чтобы будущие управленцы смогли сформировать и довести их до необходимого уровня еще на стадии подготовки. За годы обучения будущие менеджеры отеля приобретают безусловно множество навыков и компетенций, необходимых для работы менеджера отеля с партнерами и персоналом. Это и лидерские навыки, и навыки анализа данных и измерения эффективности, и организационная компетентность, и навыки принятия решений, и навыки стратегического развития, финансового анализа и управления бюджетом, и навыки управления недвижимостью, и навыки маркетинга услуг и многое другое. Но не менее важны для востребованного современного менеджера отеля его именно эмоциональные навыки и компетенции как для работы с персоналом, так и для взаимодействия с партнерами и гостями. Здесь в первую очередь следует назвать умение общаться с гостями и активное слушание, гибкость и креативность в решении проблем, критическое мышление и коммуникативные навыки, эмпатию, осведомленность об экологических, социальных и этических проблемах современного общества, целеустремленность, владение иностранными языками, способность и желание учиться новому на протяжении всей жизни. Отечественные вузы развивают эти качества, необходимые молодым специалистам индустрии туризма и гостеприимства гармонично сочетая в период обучения освоение бакалаврами и магистрами академических дисциплин и принципов научного подхода к решению проблем с необходимым опытом практической работы.

Библиографический список:

1. Новые реалии гостиничного рынка России. Июль 2022. [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.logistics.ru](http://www.logistics.ru) (дата обращения: 20.04.2023).
2. Отельный бизнес после 2022 года: «Я бы не поверил!» [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.profi.travel](http://www.profi.travel) (дата обращения: 20.04.2023).
3. Beratung für Hotellerie und Gastronomie. [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.www.hogarat.de](http://www.www.hogarat.de) (дата обращения: 20.04.2023).
4. Hotel Consulting Worum Geht Es Wirklich? [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.ihcshotelconsulting.com](http://www.ihcshotelconsulting.com) (дата обращения: 18.04.2023).
5. Hotelberatung für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg. [Электронный ресурс] - URL: [http:// www.unternehmer-manufaktur.com](http://www.unternehmer-manufaktur.com) (дата обращения: 18.04..2023).

ЗАДАЧИ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ТРУДОВЫМИ РЕСУРСАМИ КУРОРТНОЙ СФЕРЫ В УСЛОВИЯХ СОВРЕМЕННЫХ ТРАНСФОРМАЦИЙ

Цёхла Светлана Юрьевна

ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»,
г. Симферополь, Россия
доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой менеджмента
предпринимательской деятельности
295007, Россия, Республика Крым, г. Симферополь, проспект Академика Вернадского, 4
Тел.: +7 (3652) 54-50-36
E-mail: s.tsohla@yandex.ru

Annotation. The specificity of labor activity in the resort sector is analyzed. Statistical data on the number of employees and wages in resort organizations, issues of providing labor resources for the resort sector were studied. For the development of the resort industry, the need for training and retraining of specialists in this area, training in industry specialties is substantiated.

Ключевые слова: трудовые ресурсы, курортная сфера, миграция, мотивация, подготовка кадров

Key words: labor resources, resort industry, migration, motivation, personnel training

Задачи сохранения здоровья граждан и улучшения качества жизни выступают важными элементами социальной политики любого государства. В России для решения таких задач имеются большие возможности: благоприятные природно-климатические условия, огромные запасы рекреационных ресурсов, богатое историческое и культурное наследие, трудовые ресурсы, курортно-производственный потенциал. Курортные территории, предназначенные для оздоровления и лечения, согласно законодательства РФ, «могут иметь федеральное, региональное или местное значение», функционируют с учетом отраслевой специфики [1].

Сформированная курортная сфера важна для национальной экономики и как по предназначению восстановления трудовых ресурсов и сохранения трудового потенциала страны, так и в качестве сферы занятости и применения трудовых ресурсов для проведения санаторно-курортной реабилитации и лечения граждан.

Потребность населения в курортном оздоровлении и лечении зависит не только от возрастных особенностей, но и от условий социально-экономического развития отдельных территорий, климатогеографических и экологических условий жизни. Функционирующие санаторно-курортные учреждения проводят практическую деятельность по организации и осуществления реабилитации, лечения и профилактики конкретных заболеваний, а также научные исследования для использования природных ресурсов. По данным Ассоциации оздоровительного туризма и корпоративного здоровья, в стране работает порядка 1700 санаториев и санаториев-профилакториев, их мощности позволяют обслуживать более 10 млн чел. в год [2].

Эффекты деятельности курортной сферы, достигаемые в результате снижения заболеваемости, повышения производительности труда, продления сроков трудовой деятельности, активно изучаются исследователями многих отраслей знаний. Комплексный характер курортных услуг обуславливает необходимость привлечения в процесс обслуживания населения специалистов различных направлений и специализации.

Лечебно-оздоровительная составляющая курортного обслуживания позволяет утверждать, что санаторно-курортный продукт – один из видов медицинского продукта. Труд работников курортных учреждений имеет своим объектом человека и условия, при которых он проводит реабилитацию и отдых. Результаты такого труда можно в общем плане трактовать как обеспечение условий для удовлетворения потребностей населения в реабилитации и оздоровлении. Это означает, что труд работников курортных учреждений является специфическим видом трудовой деятельности, и в основе формирования курортной сферы лежит выделение в системе разделения труда специфического вида трудовой деятельности различных специалистов.

В санаторно-курортных организациях задействованы работники, получившие необходимую профессиональную подготовку и имеющих опыт практической работы. Статистические данные по динамике занятых трудовых ресурсов в санаторно-курортных организациях свидетельствует о снижении их численности и влиянии ограничительных мер из-за пандемии, в том числе временная остановка деятельности в 2020 году (рис. 1).

По мнению специалистов, в 2021 году курортная сфера была востребована и активно восстанавливалась, достигнув «89% от допандемийного 2019 года», а в 2022 году «объем посещений (гостей) составит 6,9 млн человек» [2].

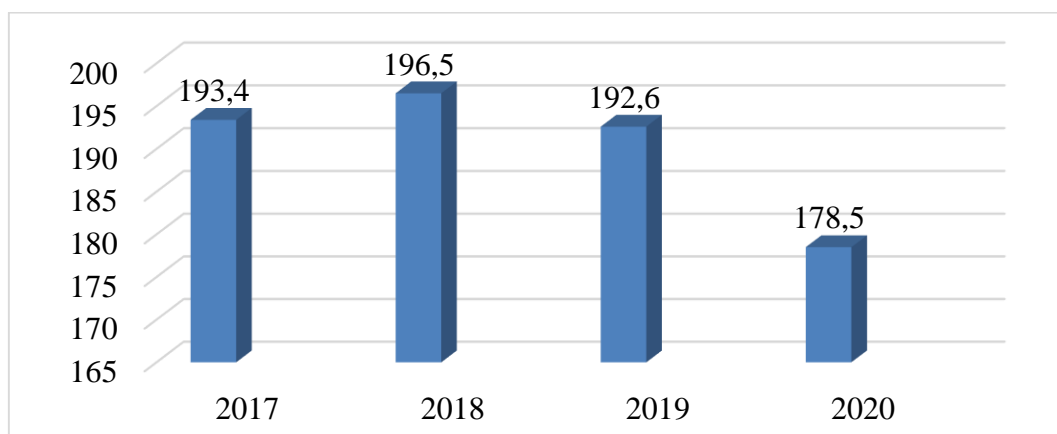


Рисунок 1 - Динамика численности работников санаторно-курортных организаций, тыс. чел.
Источник: составлено по данным [3, с. 109; 4, с. 110]

Основная часть задействованного обслуживающего персонала санаторно-курортных организаций формируется местными жителями приморских городов и селений, в высокий сезон привлекаются внешние работники из миграционных трудовых потоков.

Лечебные процедуры и медикаменты являются обязательными составляющими комплекса санаторно-курортных услуг, направленных на оздоровление прибывших в курортную организацию. Лечебные услуги оказывают с применением лечебно-медицинского оборудования и технологий силами врачебно-медицинского персонала, а также использованием природных лечебных факторов. Современные здравницы предлагают широкий выбор комплексов оздоровительных и восстанавливающих силы услуг. Оснащение и оборудование лечебной базы зависят от профиля курорта и здравницы, для работы на котором также необходим специально подготовленный медицинский персонал. Медицинский штат организации составляют врачи, медицинские сестры, младший медицинский персонал. Медицинский персонал специализируется по направлениям работы и нацелен на качественное обслуживание клиентов.

Существующая материальная мотивация труда не содержит стимулов и не способствует качественному развитию: заработная плата медицинского персонала в санаторно-курортных организациях ниже чем в других медицинских организациях, и не может стимулировать приток необходимых специалистов (табл. 1).

Таблица 1 – Размер среднемесячной заработной платы работников организаций в области здравоохранения, руб.

Области здравоохранения	2017	2018	2019	2020
Деятельность в области здравоохранения, в том числе:	32 965	41 384	44 586	51 266
деятельность больничных организаций	31 985	40 948	44 185	51 532
медицинская и стоматологическая практика	37 328	44 786	47 861	51 086
деятельность в области медицины прочая, из нее:	32920	39560	42 751	49 780
- деятельность организаций санитарно-эпидемиологической службы	34 547	47 479	51 960	60 077
- деятельность санаторно-курортных организаций	26 072	29 666	31 788	31 221

Источник: составлено по данным [3, с. 111; 4, с. 112]

В следствие этого, а медицинском персонале преобладают немолодые работники, заполнение рабочих мест проводится по остаточному принципу, а «выпускники медицинских вузов не готовы к работе в санаториях и не понимают специфики курортного лечения» [2]. Существующий кадровый дефицит специалистов и необходимость изменений для развития курортной сферы отмечают исследователи [5, с. 98-99]. Спорадический спрос на трудовые ресурсы усложняет процедуру найма в курортной сфере и обуславливает существенные проблемы в обеспечении трудовыми ресурсами из-за сезонной миграция рабочей силы, а высокие затраты на рекрутинг уменьшают оплату труда.

Такой спрос на трудовые ресурсы влияет на развитие и удержание работников в санаторно-курортных организациях, где отмечаются недостаток опыта, утрата ключевых навыков, несоответствие качества обслуживания предъявляемому спросу, что влечет за собой неудовлетворенность клиентов, отсутствие карьерного роста.

В условиях современных трансформаций и широкого внедрения цифровых технологий для обеспечения высокого уровня качества курортного обслуживания необходимо иметь кадры соответствующей квалификации. Необеспеченность высококвалифицированными рабочими как в курортной сфере, так и в любой отрасли может привести к снижению экономических результатов не только этой отрасли, но и иных сферах деятельности.

Учитывая современные требования к развитию курортной сферы, необходимо решать вопросы подготовки новых и переподготовке задействованных специалистов, обучения по отраслевым специальностям.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 23.02.1995 № 26-ФЗ (ред. от 26.05.2021) «О природных лечебных ресурсах, лечебно-оздоровительных местностях и курортах». – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_6001/3081ae751736661bf4d305bba8b26679e16b6b22/ (дата обращения: 10.05.2023).
2. Восстановительный процесс: мировой опыт не подходит российским здравницам. - URL: <https://iz.ru/1405449/dmitrii-alekseev/vosstanovitelnyi-protcess-mirovoi-opyt-ne-podkhodit-rossiiskim-zdravnitsam> (дата обращения: 11.05.2023).

3. Здравоохранение в России. Статистический сборник 2019. – М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2019. – 171 с.
4. Здравоохранение в России. Статистический сборник 2021. – М.: Федеральная служба государственной статистики (Росстат), 2021. – 173 с.
5. Цёхла С.Ю. Перспективы развития медицинского туризма в Республике Крым / С.Ю. Цёхла, Е.В. Плугарь // в сборнике: Управление регионом: тенденции, закономерности, проблемы. Материалы II Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. - Горно-Алтайск: Издательство: Горно-Алтайский государственный университет, 2020. - С. 96-99.

ДИАГНОСТИКА ЭФФЕКТИВНОСТИ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬЮ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО УЧРЕЖДЕНИЯ

Ялунина Екатерина Николаевна

ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет» (Екатеринбург)
доктор экономических наук, профессор кафедры Конкурентного права и
антимонопольного регулирования

Annotation. This article discusses the development and testing of a methodology for evaluating the effectiveness of the management of an educational institution. The proposed methodology is applicable for accreditation, supervision of bachelor's, master's, and specialty programs. We present the results of a study conducted by an experiment in which 61 educational institutions became participants. Recommendations have been developed for higher educational institutions to improve the efficiency of their activities.

Ключевые слова: эффективность, конкурентоспособность, управление, потенциал, критерии, индекс.

Keywords: efficiency, competitiveness, management, potential, criteria, index.

В условиях трансформации экономики, высшие учебные заведения Российской Федерации в своей деятельности уделяют особое внимание повышению эффективности системы управления имеющимся совокупным потенциалом из-за конкуренции на рынке образовательных услуг. Одним из конкурентных преимуществ высшего учебного заведения является его уровень конкурентоспособности, который исчисляется существующими методиками оценок и мониторингами, который проводят Министерство науки и образования Российской Федерации. Среди множества показателей и критериев оценки конкурентоспособности высшего учебного заведения выделен ряд показателей, характеризующих качество образования. Оценка качества высшего образования российских высших учебных заведений как процесс появился в 1997 году из-за роста высших учебных заведений и высокого спроса со стороны населения. Данный этап эволюции системы высшего образования провозгласили как «массовое высшее образование». Учитывая численность государственных высших учебных заведений в системе образования сформировался устойчивый спрос абитуриентов на получение образовательной услуги. Соответственно, произошел этап возникновения частных университетов.

В зарубежных вузах в этот период высшим учебным заведениям сократили финансирование и выстроили систему оценки качества их деятельности с целью доведения информации для налогоплательщиков о целесообразности выделения бюджетных ассигнований. Образовательные организации наравне с коммерческими субъектами стали проходить рейтинг и подтверждать деловую репутацию на рынке образовательных услуг. Вопросы мобильности студентов становились более актуальными, в частности после вступления в силу Болонского соглашения. Учитывая, что российские высшие учебные

заведения претендовали на иностранных студентов, соответственно начали адаптировать существующие Европейские стандарты качества. За 25 лет развития системы высшего образования Российской Федерации подходы к оценке качества образования кардинально изменились и выстроена система управления эффективностью образовательного учреждения с целью повышения, сохранения уровня его конкурентоспособности. С 2012 года государство взяло курс на устранение образовательных учреждений с отрасли, которые не выполняли показатели эффективности деятельности высшего учебного заведения. В настоящее время (на 01.09.2022) численность вузов 724 ед., что на 30,78% меньше численности вузов, функционирующих в 2012 г.

Современный подход к оценке качества образования существенно видоизменился, в частности разработали инструмент диагностики деятельности образовательного учреждения. Система комплексной оценки показателей вуза исчисляется в баллах. Пороговое значение обозначенных показателей зависит от целей проведения аккредитационного мониторинга. Мониторинг классифицировали в зависимости от цели его проведения: для целей осуществления аккредитационного мониторинга (70 баллов), надзорных мероприятий (60 баллов). В высших учебных заведениях широкая палитра образовательных программ, соответственно в процедуру мониторинга вовлечены все участники процесса: административно-управленческие работники, научно-педагогические работники, обучающиеся.

Рассмотрим сущностное содержание аккредитационного мониторинга в российских высших учебных заведениях. Министерством науки и образования Российской Федерации предлагается балльно-рейтинговая система оценки качества образования, в частности разработаны показатели, характеризующие эффективность системы управления образовательным учреждением. Утвержденные показатели применяют для комплексной оценки деятельности высшего учебного заведения.

Надзорные мероприятия со стороны органов государственной власти установили норматив для образовательных учреждений - минимальное количество баллов 60. Таким образом, объектам исследования дали право разработать и внедрить в практическую деятельность систему собственных мониторинговых показателей, которые отражают качество учебного процесса с учетом концентрации рынка образовательных услуг. Соответственно, необходимо особое внимание уделить фонду оценочных средств, в частности к разработке и применению в учебном процессе профессорско-преподавательским составом. Каждый преподаватель должен осознавать степень ответственности при принятии экзамена, зачета у обучающихся, а именно применять тот фонд оценочных средств, который представлен в учебно-методическом комплексе.

При разработке показателей качества образовательной деятельности, показателей эффективности деятельности высших учебных заведений Российской Федерации был проведен эксперимент, относительно их адаптивности к практическому применению, адекватности для высших учебных заведений. При апробации комплексного подхода к системе управления эффективностью деятельности высшего учебного заведения ставили следующие задачи: употребительность комплексного подхода; отбор показателей и определение пороговых значений, определение этапов сбора данных и источников информации; разработка методики оценки эффективности деятельности высших учебных заведений, выработка направлений проведения мониторинга.

В эксперименте приняли участие 61 высшее учебное заведение, которые представили данные по пятидесяти двум укрупнённым группам специальностей/направлений. Массив данных также содержал 363 основных профессиональных образовательных программ. Охват респондентов территориально затронул восемь федеральных округов. Считаем, что источники информации для проведения эксперимента были репрезентативны. Были оценены все этапы учебного процесса с момента «входа абитуриента», до момента «выхода студента».

Таблица 1 – Результаты исследования выполнения мониторинговых показателей высшими учебными заведениями Российской Федерации, участвующих в эксперименте (бакалавриат)

Показатель	% выполнения показателя участниками-вузами при эксперименте
Показатель 1	60,7
Показатель 2	93,5
Показатель 3	37,5
Показатель 4	73,79
Показатель 5	91,94
Показатель 6	9,27
Показатель 7	9,68
Показатель 8	32,26

Таким образом, по итогам исследования очевидно, что в вузах есть проблемы с достижением таких показателей как третий, шестой, седьмой, восьмой. Раскроем экономическое содержание полученных результатов. В третьем показателе учитывали количество поступивших обучающихся на основную образовательную программу высшего образования и количество студентов, окончивших данную образовательную программу. Иными словами, вузам необходимо обращать внимание на сохранность контингента студентов по имеющимся основным образовательным программам высшего образования. В достижении этого параметра есть объективные причины отчисления студентов: отсутствие возможности оплачивать обучение, изменение места жительства, не желание получать высшее образование, разочарование в направлении подготовки. Ранее до введения мониторинговых показателей вузам лишь рекомендовали привлекать руководителей высшего и среднего звена к учебному процессу исходя из направления подготовки.

Мы согласны с Министерством науки и высшего образования, что выпускник окончивший вуз должен гармонично вписываться на предприятие при трудоустройстве. Реализуемые основные образовательные программы высшего образования должны быть практико-ориентированными. Уральский государственный экономический университет данную политику ведет долгие годы, но к сожалению, ни все вузы слышали призыва со стороны органов государственной власти и полученный результат весьма отрицательный. Данное направление необходимо вузам развивать. Привлекать практиков-работодателей на особых условиях, чтоб им было интересно с позиции социально-экономической эффективности. В данном аспекте это взаимовыгодное сотрудничество. Вузы готовят кадры для реального сектора экономики, значит и работодатель заинтересован получить работника, адаптивного к реалиям происходящим в национальной экономике, владеть профессиональными компетенциями по получаемому направлению подготовки. Имеющиеся системы оценки качества в вузах не подтвердили свою жизнеспособность, в частности имеющиеся фонды оценочных средств по дисциплинам не применялись преподавателями при принятии экзаменов, зачетов в учебном процессе, поэтому обучающиеся не подтвердили свои знания.

Восьмой показатель отражает трудоустройство выпускников вузов по полученному направлению подготовки, доля трудоустроенных низкая. Не выполнение данного показателя вузами обусловлена отсутствием данных о их трудоустройстве. Многие высшие учебные заведения не уделяли должного внимание по дальнейшему трудоустройству выпускников. А вузы должны с первого курса определять студентов на практику к тем работодателям, которые заинтересованы предоставить им рабочие места по окончания студентом Университета. Для этого высшими учебными заведениями должна проводится системная работа по определению пула работодателей, заинтересованных в выпускниках.

У каждого выпускника должно в течении его обучения формироваться портфолио, где отражаются все его результаты обучения, участие во внеучебной работе, научно-

практических конференциях. Данную систему оценки эффективности деятельности вузов считаем адаптивной, направленной на подготовку высококвалифицированных кадров для реального сектора экономики. Рекомендуем высшим учебным заведениям пересмотреть подходы в реализации основных профессиональных образовательных программ высшего образования с учетом разработанных мониторинговых показателей.

Библиографический список:

1. Будина С.Н. Анализ качества образовательных услуг в учебно-подведомственных организациях городского округа Воротынский Нижегородской области / С.Н. Будина, О.А. Фролова // в сборнике: Современные педагогические технологии как средство повышения качества образования: теория и опыт. Материалы и доклады. 2020. С. 29-32.

2. Власова Н.Ю. Общественное участие в высшем образовании: роль университетов / Н.Ю. Власова, Е.Л. Молокова, Е.С. Куликова // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2022. Т. 13. №3. С. 402-419.

3. Закирова Э.Р. Профессиональное образование 4.0: обучение в условиях цифровой трансформации - опыт Германии / Э.Р. Закирова, П.В. Веселухина // в сборнике: Развитие системы непрерывного образования в условиях Индустрии 4.0. Материалы Международной научно-практической конференции. 2019. С. 70-73.

4. Исаева Г.В. Повышение эффективности использования бюджетных средств на муниципальном и региональном уровне / Г.В. Исаева, А.В. Унжакова, С.А. Шелковников, О.С. Шинделова, Е.А. Арешина, Е.П. Калашникова, Д.М. Прохорова // Новосибирск, 2021.

5. Курдюмов А.В. Совершенствование государственного финансового контроля в организациях высшего образования / А.В. Курдюмов., А.П. Косарев // Вестник Академии знаний. 2021. № 47(6). С. 240-245.

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУРСИЯ № 2
«ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ И МЕДИЦИНСКИЙ ТУРИЗМ:
НОВЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ РАЗВИТИЯ КУРОРТНЫХ И ТУРИСТСКИХ
ДЕСТИНАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛЬНОГО ПРОТИВОСТОЯНИЯ»

САНАТОРНО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ УСЛУГИ ТУРИСТСКОГО РЫНКА
РЕСПУБЛИКИ АРМЕНИЯ

Айрян Заруи Геворковна

Национальный университет архитектуры и строительства Армении, г. Ереван
канд. филолог. наук, доцент кафедры Экологии, туризма и сервиса"
Республика Армения, Ереван 0009, ул. Теряна, 109
тел: +374 91 366 076
E-mail: nerses91@rambler.ru

Annotation. The article presents the main health-improving clusters of the Republic of Armenia, which are in great demand both in the international and domestic tourism markets. It explored the tourist infrastructure of such recreational resorts as Jermuk, Dilijan, Arzni.

Ключевые слова: лечебный туризм, туристская инфраструктура, бальнеологическое лечение, санатории.

Key words: medical tourism, tourist infrastructure, balneological treatment, sanatoriums.

Ключевые слова: лечебный туризм, туристская инфраструктура, бальнеологическое лечение, санатории.

В Армении, как одной из древнейших цивилизаций мира, уделяется особое внимание динамичному и последовательному развитию сферы туризма, получившего за последние годы большое признание как на внутреннем, так и на международном туристском рынке. Об этом свидетельствуют статистические данные последних лет, Комитета по туризму Армении, указывающие на тот факт, что приток гостей столицы с каждым годом увеличивается.

Исследования показали, что в 2022 г. страну посетило 1400 000 туристов, из которых - 46%, составляют туристы из Российской Федерации, 8% - туристы из Грузии, 7% - из Ирана и т.д., что свидетельствует о большом интересе к Армении как к туристской дестинации [3].

Динамично развивающаяся туристская инфраструктура Армении обеспечивает высокий сервис туристов не только в столице, но и по всем областям республики, которые выделяются также своими уникальными природными ресурсами, историко-культурными кластерами, рекреационными зонами.

На туристском рынке страны большим спросом у туристов пользуются такие виды туризма, как культурно-познавательный, религиозный, лечебно-оздоровительный, гастрономический, сельский, экологический, экстремальный, образовательный и др., экскурсионные маршруты которых ежегодно обновляются с учетом потребностей разных возрастных сегментов рынка.

Туристский рынок Армении общепризнан лечебно-оздоровительным туризмом, который актуален не только для тех, кто совмещает отдых с лечением, но и для тех, кто ведет здоровый и активный образ жизни.

В Республике Армения действуют климатические и бальнеологические курорты, получившие международное признание благодаря своей развитой туристской инфраструктуре.

Рекреационные зоны курортов известны и популярны специализированными санаториями, в которых лечение осуществляют опытные врачи с использованием новейших медицинских технологий.

Курорты востребованы также своими гостиничными предприятиями различных категорий, предприятиями питания с национальной кухней, где проводятся гастрономические мастер-классы по приготовлению и дегустации национальных блюд.

Курортам придает привлекательность также индустрия развлечений, где можно воспользоваться услугами спортивных залов, театров, парков-аттракционов и т.д., обеспечивая тем самым активный и разнообразный досуг отдыхающих.

Из оздоровительных курортов Армении доминирующее место по своей популярности и значимости занимает Джермук, находящийся в исторической области Вайоц Дзор.

Джермук известен своими уникальными природными ресурсами, горным воздухом, быстротекущими речками, водопадами, утесами, лесами. Здесь имеется около 40 минеральных лечебных источников, в состав которых входят железо, литий, аммоний, хлор, натрий, калий и т.д. [4].

Минеральную воду из разных источников можно попробовать в Галерее-павильоне, расположенной в центре курорта. Вода в лечебных целях назначается лечащим врачом, ее можно не только пить, но и принимать в санаториях в виде оздоровительных ванн.

Исследование туристской инфраструктуры курорта свидетельствует, что большим спросом у туристов пользуются санатории, как «Джермук», «Джермук Армения», «Джермук Олимпия» и др., обеспечивающие круглогодичный отдых и высококлассное лечение.

Санатории имеют современный интерьер, они выделяются своими уютными и комфортабельными номерами, диетическим питанием. Здесь лечение проводят многопрофильные врачи с использованием новейшего медицинского оборудования.

В санаториях Джермука проводятся профилактика и лечение желудочно-кишечного тракта, язвенной болезни желудка и 12-перстной кишки, гастритов, расстройств нервной системы и т.д. Лечебные свойства минеральных вод применяются также при нарушении обменных процессов, как сахарного диабета, гинекологических расстройствах и т.д. [4].

На туристском рынке Джермук известен и как горнолыжный курорт. Здесь имеются две горнолыжные трассы протяженностью около трех километров, а также действует канатная дорога, где с высоты птичьего полета можно насладиться живописной и самобытной природой местности.

Горнолыжные трассы предназначены как для профессиональных горнолыжников, так и для новичков, где безопасность туристов обеспечивают многоопытные инструктора по горнолыжному спорту.

В Джермуке проводятся также и событийные мероприятия, как, например, международный турнир по шахматам, гастрономические, спортивные мероприятия, благодаря которым потоки туристов заметно возрастают.

Область Вайоц Дзор известна и своими культурно-историческими достопримечательностями, благодаря которым там развиты культурно-познавательный, религиозный туризм. Посредством этих достопримечательностей туристы знакомятся с культурными ценностями, традициями, историей страны.

Среди крупнейших исторических кластеров местности можно выделить монастырь Нораванк (XIII—XIV вв.), который входит в Список всемирного наследия ЮНЕСКО, Гндеванк (X в.), Спитакавор (XIV в.) и др., являющиеся уникальными памятниками средневековой архитектуры [2]. Культурно-исторические кластеры области имеют развитую инфраструктуру. Здесь имеются небольшие гостиничные предприятия, гостевые дома, предприятия питания, сувенирные магазинчики и т.д.

На данном этапе лечебно-оздоровительный туризм курорта Джермук принято проводить в синтезе с такими видами туризма, как экотуризм, гастротуризм, событийный, деревенский туризм и т.д. С этой целью разработаны специальные программы отдыха для разных возрастных сегментов.

Из вышеизложенного следует, что Джермук является одним из востребованных бальнеологических и климатических курортов Армении с развивающейся инфраструктурой. Благодаря новейшим медицинским технологиям, в санаториях и гостиницах-SPA можно получить комплексное лечение и используются уникальные свойства минеральной воды.

Другим не менее популярным лечебно-оздоровительным курортом Армении является климатический и бальнеологический курорт Дилижан, расположенный в области Тавуш. Курорт находится на территории Дилижанского национального парка, известного своей самобытной природой, эндемическими растениями, живописным озером Парз лич.

Как лечебный курорт, Дилижан известен своими минеральными источниками, богатыми железом-гидросоединениями, карбонатом, а также натриево-кальциевыми соединениями.

Медицинские исследования минеральной воды «Дилижан» в свое время показали, что по своим лечебным свойствам она идентична французской минеральной воде «Виши» и грузинской «Боржом» [1].

С целью развития лечебно-оздоровительного туризма в Дилижане за последние годы построены санатории и гостиничные предприятия-SPA разных видов и категорий, которые привлекают туристов культурой своего сервиса, современным интерьером, новейшей техникой.

Высоким рейтингом у туристов пользуются санатории Дилижана, в особенности «Горная Армения», «Дилижан Олимпия», «Армения» и др. Здесь проводится профилактика и лечение больных с заболеваниями желудочно-кишечного тракта, печени, эндокринной системы, нервных расстройств, опорно-двигательного аппарата и т. д. [5].

Кроме того, здесь проводят лечение по социальным программам, люди с ограниченными возможностями, военнослужащие, многодетные семьи и т. д.

Курорт известен своими рекреационными зонами, расположенными вдоль озера Парз лич, которые находятся на территории Дилижанского национального парка.

Туристская инфраструктура Дилижана выделяется своими развлекательными центрами, музеями, предприятиями питания, где специально для туристов проводятся мастер-классы по приготовлению брендовых армянских блюд и напитков.

С целью развития туризма здесь проводятся масштабные и различные по своей тематике событийные мероприятия, такие как ярмарка вина, национальных сладостей, Джаз-фестиваль, показ мод и т. д., собирающие здесь сотни туристов.

Кроме того, область Тавуш знаменита также множеством средневековых церквей, монастырей, как Агарцин (XI-XIII), Гошаванк (XI-XIII) и др., где для туристов организуются культурно-познавательные экскурсии.

Итак, Дилижан, благодаря своим природным, туристским кластерам, наличию минеральной воды, развитой туристской инфраструктуре, выполняет большую роль в развитии лечебно-оздоровительного туризма Армении. Большим преимуществом курорта является также обеспечение безопасности клиентов, а также доступность цен на отдых.

На туристском рынке Армении также выделяется курорт Арзни, который находится недалеко от столицы Еревана (23 км).

Главным отличием Арзни от других лечебно-оздоровительных курортов Армении является то, что там успешно проводятся лечение больных гипертонией, ишемической болезнью сердца и постинфарктная-постинсультная реабилитация и т. д. [6].

Курорт знаменит минеральной водой «Арзни», в состав которой входят углекислые, слабокислые, хлоридно-гидрокарбонатные, натриевые, кремнистые, борные минералы [7]. Лечение минеральной водой назначается при заболеваниях сердечно-сосудистой системы, панкреатите, заболевания печени и желчевыводящих путей, при гастрите, нарушениях обмена веществ - сахарном диабете и др.

Высоким сервисом обслуживания в Арзни отличаются санатории «Arzni Health Resort», «Арзни», «Армения», предоставляющие целый комплекс услуг по организации лечения и отдыха [6].

Помимо лечения, в санаториях организуются культурно-досуговые мероприятия для отдыхающих, в частности концерты, просмотры художественных фильмов, презентации книг, кулинарные конкурсы, шоу-программы и т. д.

На территории курорта действуют предприятия питания с национальной кухней, сувенирные лавки, овощной рынок и т.д., имеются зоны отдыха с беседками, спортивными площадками.

Таким образом, из вышеизложенного следует, что лечебно-оздоровительные курорты Армении на туристском рынке выделяются следующими преимуществами:

- наличие уникальных природных лечебных ресурсов, обеспечивающих деятельность курортов;
- развивающаяся туристская инфраструктура курортов;
- наличие на территории курортов новейших санаториев, домов отдыха, гостевых домов, отличающихся высокой культурой сервиса;
- деятельность лечебных предприятий, обеспечивающих качественное медицинское обслуживание;
- наличие музейных кластеров, зон отдыха, развлечений;
- наличие спортивных сооружений и площадок на курортах;
- наличие предприятий питания, торгового и бытового обслуживания;
- наличие средств перемещения, дорожно-транспортной инфраструктуры;
- обеспечение безопасности туристов.

Исходя, из вышеперечисленного, можно заключить, что санаторно-рекреационные курорты Республики Армения благодаря своему туристскому потенциалу и развивающейся инфраструктуре являются актуальными на туристском рынке, о чем свидетельствуют круглогодичные потоки туристов разных возрастных сегментов.

Одним из главных преимуществ лечебно-оздоровительного туризма Армении является обеспечение качественного, безопасного и доступного отдыха туристов, а также совмещение его с основными видами туризма, что способствует более глубокому познанию культуры и истории страны.

Библиографический список:

1. Восканян А. Туристские ресурсы Армении. – Ереван: Изд-во ЕГУ, 2017. – 180 с.
2. Тунян В. Культурно-историческое наследие Армении. – Ереван: Изд-во ЕГУ, 2012. – 320 с.
3. Сколько туристов посетило Армению в 2022 году. – URL: <https://ru.armeniasputnik.am/20221114/skolko-turistov-posetilo-armeniyu-v-2022-godu-51029736.html> (дата обращения: 20.03.2020).
4. Лучший выбор отелей в Джермук, Армения. – URL: https://www.tripadvisor.ru/SmartDeals-g2708780-Jermuk_Vayots_Dzor_Province-Hotel-Deals.html (дата обращения: 18.03.2020).
5. Город Дилижан — маленькая Швейцария в Армении. – URL: <https://www.tuda-suda.net/2016/11/dilijan-armenia/> (дата обращения: 20.03.2023).
6. Официальный сайт санатория Арзни. - URL: <https://www.arzniresort.am/ru> (дата обращения: 12.04.2023).
7. Добро пожаловать в санаторий Арзни. – URL: <https://www.armproduct.am/ru/arzni-sanatorium>.

THE ESSENCE OF WELLNESS TOURISM AND ITS CLASSIFICATION

Alimova Shaxnoza Oktyamovna

PhD researcher, Scientific Research Institute for the Study of the Problems of Cultural Heritage Objects and Tourism and Development under the Ministry of Tourism and Cultural Heritage of the Republic of Uzbekistan, lecturer of BukSU
100077, Uzbekistan, Tashkent c., Buyuk Ipak Yuli St., 115A
Tel: +99890 745 27 67
Email: shakinoza.27@gmail.com

Аннотация. В статье описываются и исследуются отличия оздоровительного туризма от других видов оздоровительного туризма на основе научных трудов зарубежных ученых, научных гипотез о дестинациях оздоровительного туризма в мире, составляющих оздоровительного туризма, уровне его развития и направлениях его развития к изменениям в сфере туризма в будущем.

Ключевые слова: wellness туризм, оздоровительный туризм, медицинский туризм, рекреационный туризм, лечебный туризм, спа-туризм.

Key words: wellness tourism, health tourism, medical tourism, recreational tourism, treatment tourism, spa tourism.

After the pandemic, the people of the whole world prefer to go to some tourist destinations in order to restore their health, in addition to the purpose of recreation.

Wellness tourism is ahead of all other forms of tourism industry worldwide. Wellness tourism attracts high-level tourists from both developed and developing countries, boosting the economy of not only developed countries but also small or underserved regions rich in traditional health and wellness practices.

The main essence of wellness is to improve health, which automatically leads to better quality of life. Few wellness programs offered at any health resort in the world focus on eliminating physical and intangible "toxins" through the use of relaxation and stress-relieving techniques.

At the same time, wellness centers and healthy resorts help maintain a healthy lifestyle through nutritious and quality food and fitness-related activities. They also pay special attention to spiritual and mental health, beauty treatments and healthy sleep methods, all of which are aimed at improving their health and leading a healthy life.

The field of development and management of services in the foreign experience of the development of wellness tourism is very relevant. Consistent development of the tourism sector, which has a wide potential to solve the most important socio-economic tasks in our country in the near future, such as creating jobs, diversifying the economy, rapidly developing regions and increasing foreign exchange earnings, increasing the incomes and living standards of the population. Measures are being implemented. In this regard, the policies implemented by our state in the field of tourism, that is, decisions, have created a favorable economic, administrative and legal environment for the rapid development of infrastructure in the areas of tourism, culture, cultural heritage and sports, effective use of facilities, and creation of favorable conditions for the population. It is aimed at introducing the most effective procedure, expanding the economic potential and income base of the regions, creating new jobs, increasing the flow of tourists to our country, as well as active and comprehensive promotion of national tourism products in the world market.

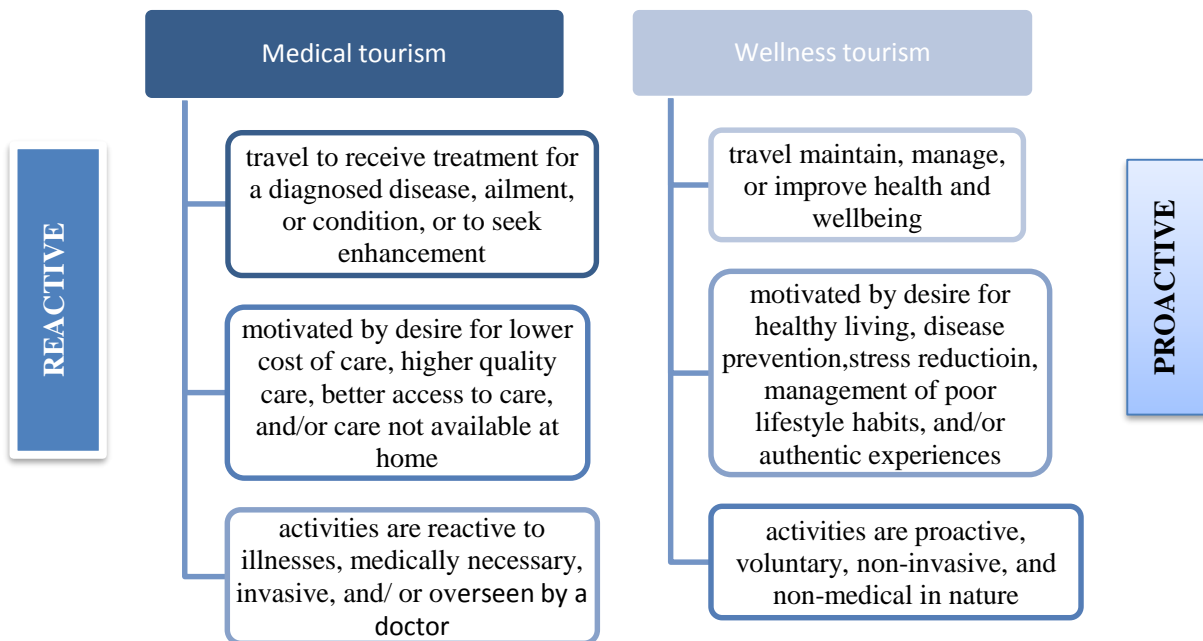
Research on this topic was carried out by alecia douglas and david martin (usa), siripan deesilatham and sameer hosany (england), mauro dini and tonino pencarelli (italy), milica rančić demir, mila zečević (slovenia), alana dillette, maria munar (denmark), t. A. Burmenko (russia), alina-cerasela aluculesei and puiu nistoreanu (romania), joana alegria quintela, anabela correia, carlos costa (portugal), islaine cristiane, oliveira gonzalves, alexandra nhara, martins lissa, valeria fernandez (spain), jana stará, scientists such as christina peterson (romania), g.m. zavarika (ukraine), sukhanov anton evgenyevich (russia), jogo romgo, partho pratim seal, paul hansen, sindhu joseph, senthilkumaran piramanayagam (india), demet tuzunkan (south korea) essence of wellness tourism, who carried out research on issues such as theoretical aspects, role in the socio-economic development of the country and studied many elements.

According to the official website of the global wellness institute, wellness tourism is often equated with medical tourism, not only by consumer tourists, but also in destination marketing. This confusion is due to a lack of understanding of the markets and the inconsistent use of terms by destinations, government organizations and advertising agencies. Used to describe everything from open-heart surgery and dental care to spas and yoga retreats - only to add to the confusion.

In fact, these two sectors mainly operate in separate directions and satisfy different needs of consumer-tourists [5].

The global wellness institute compared wellness and medical tourism, according to this website, it is based on the fact that these types of tourism are completely different from each other. Medical tourism - provides tourist services that eliminate serious diseases (cirrhosis of the liver, heart and kidney failure, cancer, dysentery, etc.), including those that require surgery, while wellness tourism - restoration of the human spirit. , it is distinguished by its newly developed and preventive tourism health services, restoring its beauty, refreshing, healthy lifestyle.

Table 1. The difference between medical tourism and wellness tourism



Source: <https://globalwellnessinstitute.org/what-is-wellness/what-is-wellness-tourism/>[5]

In their research, Italian scientists Mauro Dini and Tonino Pencarelli defined wellness tourism as a comprehensive concept consisting of ten offer systems and various components: hot springs, spas, medical tourism, body care and enogastronomy, sports, nature and environment. - includes environment, psyche, spiritual events. Each of these segment categories may represent a single tourist offer for a specific market, but they may be integrated mixed tourist products offered without one of several components [1].

Health tourism is a comprehensive type of tourism, which includes several types of tourism, wellness and medical tourism is a type of tourism within it. In this regard, British scientists Siripan Deesilatham and Sameer Hosany in their researches say that medical tourism satisfies the tourist's health, while wellness tourism satisfies the need to improve the health and well-being of this person. On the supply side, wellness tourism is unique in that it improves individual health and well-being more effectively than other types of wellness tourism, and it is offered in various forms around the world [2].

The Russian scientist T.A. Burmenko described the classification of wellness tourism, according to which it was analyzed that wellness tourism, medical tourism, spa tourism and recreational tourism are completely different from each other in economic, social, physical and psychological terms [3].

Table 2. Criteria reflecting the content of the concepts of various types of health tourism associated with recovery

Criteria	Wellness tourism	Health tourism	Medical tourism	Recreational tourism
Used medicinal factors (criterion 1)	Ayurvedic practices, aromatherapy, psychological unloading, thermal and mineral waters	natural factors (climate, medicinal waters and dirt), physical exercise, diet	Technological medicine for operations, organ transplants, etc.	natural healing resources (thermo-mineral springs, salt lakes, mud sands), climatic therapy
Motivation tourists (criterion 2)	Support and mental preservation health, deliverance from stress, achieving harmonious new state of mind and body	health support, rehabilitation after diseases or surgery, facilitation of the flow chronic diseases without the use of an arsenal clinical medicine, and using properties natural resources	Getting unreachable medical care, time reduction waiting for the appointed operations, desire save	health support, rehabilitation
Target travel (criterion 3)	Improving the physical and mental States	physical improvement and psychological conditions, prevention illness and support health	Improvement or restoration health care through copper Qing interventions, semi-treatment of invasive, diagnostic medical or other medical sky services	health improvement, suggesting pre-stay in a sanatorium oral institutions
Duration travel days (criterion 4)	1-7	14-21	7-20	7-20

In conclusion, we can generalize the opinion of the above scientists and give the following definition of wellness tourism: Wellness tourism is the shortest, least expensive type of tourism that support and mental preservation health, deliverance from stress, achieving harmonious new state of mind and body satisfies the need to improve human health and well-being.

References:

1. Mauro Dini and Tonino Pencarelli, Department of Economics, Social and Political Studies, University of Urbino Carlo Bo, Urbino, Italy, Wellness tourism and the components of its offer system: a holistic perspective, *Tourism Review* 77(2), 394-412pp 2022, DOI 10.1108/TR-08-2020-0373
2. Siripan Deesilatham and Sameer Hosany, School of Management Royal Holloway, University of London, Wellness Tourism and Quality of life: Motivations, Constraints, Lifestyles and Satisfaction, *Travel and Tourism Research Association: Advancing Tourism Research Globally* (12), 2016
3. Бурменко Т.А. К вопросу о содержании понятия «оздоровительный туризм» региональная и отраслевая экономика / Т. А. Бурменко // *Известия Иркутской государственной экономической академии*. – 2016. – Т. 26, № 1. – С. 42-49
4. Eva Csirmaz, Karoly Peto, University of Debrecen, Faculty of Economics and Business Administration, Hungary, “International trends in recreational and wellness tourism” , *Procedia Economics and Finance* 32 (2015) 755 – 762.
5. Global Wellness Institute. – URL: <https://globalwellnessinstitute.org>
6. Wellness Tourism research market report 2022 – URL: <https://www.researchandmarkets.com/reports/5669159/wellness-tourism-global-market-report-2022>
7. Grand view research. – URL: <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/wellness-tourism-market>

ТРАНСФОРМАЦИЯ ОТЕЛЯ В ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ КОМПЛЕКС КАК СИСТЕМНЫЙ ФАКТОР ЭФФЕКТИВНОГО РАЗВИТИЯ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА НА КУРОРТЕ

¹Быков Анатолий Тимофеевич

²Апухтин Андрей Валерьевич

¹Ассоциация курортных и туристических городов, г. Сочи, Россия
доктор мед. наук, профессор, генеральный директор
354000, Россия, г. Сочи, Курортный проспект д. 37
Тел. 8 (862) 277-74-20
E-mail: info@askugor.ru

²Ассоциация курортных и туристических городов, г. Сочи, Россия
канд. экон. наук, директор по инновационному развитию
354000, Россия, г. Сочи, Курортный проспект д. 37
Тел. 8 (862) 277-74-20
E-mail: info@askugor.ru

Abstract: The hospitality industry is evolving to meet the changing demands of consumers who are increasingly concerned with health and wellness. As such, hoteliers are exploring ways to convert their properties into health and wellness resorts. This paper presents a conceptual framework and practical implications for the conversion of a hotel into a health and wellness resort.

Ключевые слова: отель, оздоровительный комплекс, курорт.

Key words: hotel, health resorts.

Курортный отдых является одним из самых популярных видов туризма в мире, который предлагает возможность использовать широкую гамму природных оздоровительных факторов местности вкупе с её рекреационными возможностями. Традиционно считается, что в результате рекреационной активности турист восстанавливает основные функции

жизнедеятельности организма, укрепляет здоровье, приобретает позитивный эмоциональный фон для дальнейшего плодотворного труда. Однако реально не всегда рекреанты могут получить положительный итог от пребывания на курорте. Нередко у них, особенно на приморских курортах, возникают различной степени выраженности негативные проявления в состоянии здоровья: от общей усталости, психоэмоционального дискомфорта до обострения имеющихся хронических болезней, развития острых инфекционных заболеваний, гипертонических кризов, инфарктов, инсультов, а в ряде случаев и летальных исходов.

Основными причинами, способствующими развитию вредных для здоровья состояний, являются:

1. Существенная нагрузка на организм человека, возникающая в результате смены климатогеографических условий, часового пояса, длительности нахождения в пути.

2. Отсутствие у туристов необходимых знаний о территориальных факторах внешней среды и условиях их негативного влияния на организм.

3. Неадекватный режим отдыха, обусловленный систематической избыточностью мероприятий (экскурсии, спа и фитнес-программы, пребывание у моря и водоёмов на открытом солнце, чрезмерные по продолжительности купания, посещение ночных развлекательных заведений и т.д.) при ограниченном по времени нахождении на курорте.

4. Отсутствие в отеле должным образом организованной медицинской структуры, обеспечивающей реализацию здоровьесберегающих технологий и доступности туристам контроля текущего состояния здоровья в условиях самостоятельного выбора многочисленных предлагаемых услуг.

5. Низкий уровень квалификации персонала и специалистов по оздоровлению, ориентированных на локальное предоставление конкретной услуги, как правило, без учёта индивидуальных показаний к её применению у рекреанта в совокупном наборе отдельных услуг.

Тем не менее, при соответствующем подходе и организации, отдых на курорте может и должен быть здоровым и приятным. В последние годы в гостиничной индустрии наблюдается растущий интерес к сегменту оздоровительного туризма, причём, оздоровительному в прямом смысле этого слова, необременённому негативными последствиями как во время отдыха, так и в пострекреационный период. Потребители ищут места, где реально можно улучшить свое физическое и психическое состояние, и гостиничные компании отвечают на это, трансформируя свои объекты размещения в комплексы для оздоровления и укрепления здоровья.

Первым и основным преимуществом перевода отеля в оздоровительный комплекс является увеличение конкурентоспособности гостиничного предприятия. Как было указано выше, на сегодняшний день спрос на оздоровительные услуги растёт, что обусловлено изменением приоритетов потребителей в пользу здоровья и активного образа жизни. Перевод отеля курортного типа со средним и большим номерным фондом в оздоровительный комплекс позволяет предложить потребителю не только комфортабельное жилье, но и разнообразный комплекс управляемых, адекватных оздоровительных услуг, способствующих укреплению и поддержанию здоровья, повышению жизненного тонуса. Кроме того, переход курортного отеля в оздоровительный комплекс увеличивает количество востребованных и качественных услуг, которые можно предоставлять туристам. Также перевод курортного отеля в оздоровительный комплекс позволяет снизить сезонность спроса на услуги, увеличить среднюю продолжительность проживания за счёт путёвок на оздоровление. Курортный отель часто имеет высокую загрузку в определенное время года, а в межсезонье и низкий сезон бывает невостребованным. Оздоровительный комплекс, в свою очередь, может предоставлять услуги круглый год, увеличивая тем самым загрузку и доходность бизнеса.

Концептуальный подход к таким преобразованиям включает ряд ключевых компонентов: оформление в установленном порядке лицензии на медицинскую деятельность; выпуск путёвок на оздоровительные услуги; утверждение регламента оказания услуг по оздоровительной деятельности, порядка организации и осуществления

оздоровительных и профилактических услуг, отражающих общие положения и устанавливающих порядок оформления путёвок; основные модули инфраструктуры оздоровительного процесса; факторы оздоровления; виды, режимы и способы использования факторов оздоровления; правила организации и информационное обеспечение оздоровительной деятельности.

После разработки концепции необходимо составить подробный план трансформации отеля в оздоровительный комплекс. Он должен предполагать все необходимые этапы и детально описывать каждый из них. Такой план может включить в себя следующие шаги:

1. Подготовительные мероприятия. В этот этап входит анализ рынка, оценка конкурентов, изучение потребностей целевой аудитории, а также подготовка финансовых и бизнес-планов.

2. Разработка дизайна и функциональности будущего оздоровительного комплекса. Важно определить, какие услуги будут предоставляться, каким образом будет организована инфраструктура и как будет выглядеть обновлённая гостиница. Какие бизнес-процессы должны быть подвержены реинжинирингу в связи с трансформацией объекта.

3. Подготовка и реализация проектной документации. В рамках этого этапа при наличии необходимости производится разработка проекта по реконструкции здания и его территории, в соответствии с созданными концепцией и дизайном.

4. Получение всех необходимых разрешительных документов от соответствующих органов.

5. Реконструкция здания и инженерных систем, в рамках которого производится модернизация и переналадка инфраструктуры для работы объекта в качестве оздоровительного комплекса.

6. Подготовка персонала. Необходимо обучить сотрудников новым методам работы с привлечением специалистов в области медицины, рекреации и спорта.

7. Запуск оздоровительного комплекса.

Такие объекты размещения обычно предлагают целый ряд программ и услуг, которые способствуют физическому и психическому благополучию туристов. Программы должны быть, как правило, индивидуализированы, чтобы удовлетворять потребности каждого гостя. Кастомизация планирования рекреационной деятельности туристов возможна при вышеописанном концептуальном подходе. Отметим, что трансформация в оздоровительный комплекс современного отеля, обладающего высококлассной инфраструктурой и хорошей материально-технической базой, оказывающего широкий спектр спа-, велнес-, экскурсионных, гастрономических и других культурно-познавательных услуг, не повлечёт нерентабельных затрат и может осуществляться, не нарушая обычного цикла функционирования объекта размещения.

Позитивным примером реализации такой концепции на практике может быть опыт организации пребывания туристов в оздоровительном комплексе «Сочи Парк Отель», где значительный поток рекреантов принимался по путёвкам на оздоровление, включающим бесплатный базовый набор оздоровительных и профилактических услуг, в том числе скрининг-диагностику состояния здоровья и консультации врача. Скрининг-диагностика функционального состояния организма отдыхающих проводилась непосредственно по прибытию их в отель на программно-аппаратном комплексе «Омега-М», предназначенном для анализа биологических ритмов организма человека, выделяемых из электрокардиосигнала в широкой полосе частот.

В основу метода положена новая информационная технология анализа биоритмологических процессов – «фрактальная нейродинамика». В ходе исследования, которое занимает всего несколько минут в режиме скрининга определяются уровень и резервы сердечно-сосудистой, вегетативной и центральной регуляции, оцениваются отклонения этих показателей от нормы, уровень скомпенсированности и энергетические ресурсы организма, в режиме биологической обратной связи определяются возможности саморегуляции. По результатам компьютерного анализа формируется медицинское заключение и выдаются необходимые рекомендации отдыхающим. Скрининг-диагностика

текущего функционального состояния организма по описанной выше методике позволяет выделить три основных группы лиц по типу светофора:

1-я группа (зелёная) – практически здоровые лица с хорошими адаптационными резервами организма, не требующие ограничений по состоянию здоровья.

2-я группа (жёлтая) – лица повышенного риска развития нарушений в состоянии здоровья в краткосрочном периоде со сниженными адаптационными резервами организма, требующие определения им индивидуального режима пребывания.

3-я группа (красная) – лица, имеющие нарушения в состоянии здоровья, требующие медицинского наблюдения и при необходимости амбулаторного лечения.

При этом в «Сочи Парк Отель» на этапе заселения гостю выдавалась карта профилактических и оздоровительных услуг, которые предоставлялись лицам, проживающим в комплексе на групповом и индивидуальном уровнях путём осуществления доступности к проведению контроля за состоянием здоровья, получения медицинских консультаций по оздоровлению, предупреждению отрицательного воздействия на здоровье факторов внешней среды, контролируемому (дозированному) использованию курортных лечебных ресурсов и формированию мотивации к здоровому образу жизни.

Следует отметить, что современные спа-программы в отелях зачастую являются бытовыми, мало контролируемыми по параметрам безопасности и эффективности их применения в целях повышения уровня здоровья. Учитывая, что указанные услуги не лицензируются, нередко оказываются недипломированными специалистами, существует потенциальный риск нанесения ущерба для здоровья отдыхающих [1]. Наряду с этим большинство лиц, прибывающих на курорт с проживанием в отелях, не получают необходимой информации о порядке пользования курортными факторами, что так же может являться причиной ухудшения здоровья. В случае оздоровительного комплекса персонал медицинского модуля контролирует качество и полноту оказания спа-услуг и содействует их продвижению. Таким образом, оздоровительная деятельность должна включать в себя комплекс мер медицинского и немедицинского характера, проводимых в целях укрепления здоровья и профилактики заболеваний, на основе созданных здоровьесберегающих модулей инфраструктуры объекта размещения и способов оказания услуг [2].

Немаловажное место в системе организации здорового отдыха занимает просветительская, разъяснительная и консультационная работа в отношении гостей отеля, которая может включать:

- индивидуализированные рекомендации по времени, продолжительности и способам приёма солнечных ванн, водных процедур, физической активности, особенно в период адаптации;
- ознакомление с мерами безопасности при различных формах рекреационной активности, правилами эксплуатации спортивного инвентаря;
- предоставление информации об имеющихся в отеле оздоровительных и медицинских услугах и т.д.

Так, на территории «Сочи Парк Отель» помимо всего прочего были проложены терренкуры протяжённостью от 965 до 2294 метров, о чём сообщали отдыхающим сотрудники отеля, а также многочисленные информационные материалы, щиты и указатели, где кроме схемы движения гости могли ознакомиться с рекомендациями по различным режимам и техникам ходьбы. Наряду с этим, по пути следования гостей по маршруту их внимание привлекали различного рода материалы, позиционирующие отель как территорию здоровья с рекомендациями по здоровому отдыху с учётом местных климатических особенностей, безопасному и полезному использованию бальнеологических ресурсов курорта, профилактике заболеваний, сбалансированным физическим нагрузкам, правильному питанию и режиму дня, достаточному потреблению воды и фруктов, техникам дыхания и расслабления, использованию солнцезащитных средств.

Проведение разъяснительной работы для туристов и обеспечение их безопасности и комфорта является неотъемлемой частью создания успешного оздоровительного комплекса на базе отеля. Персонал отеля должен предоставлять туристам информацию о местных

достопримечательностях, культурных и событийных мероприятиях, чтобы расширить их кругозор и обогатить отдых. В целом, чтобы мотивировать гостей отеля вести здоровый образ жизни, нужно предоставлять им разнообразные возможности для физической активности, здорового питания и развлечений, а также создавать дружелюбную и поддерживающую атмосферу в отеле.

Оперативное реагирование на проблемы с самочувствием и предупреждение негативных последствий помогут не только повысить удовлетворенность туристов, но и обеспечить долгосрочный успех оздоровительного комплекса. Кроме того, персонал должен внимательно следить за состоянием туристов во время и после отдыха, проводить исследования и опросы для выявления проблем и потребностей гостей, а также предлагать рекомендации и советы по улучшению их здоровья.

Для решения обозначенных выше задач немаловажным аспектом является привлечение квалифицированных специалистов для работы в оздоровительном комплексе, например, врачей, массажистов, тренеров и др. Кроме того, необходимо проводить регулярную оценку качества услуг и взаимодействовать с гостями, чтобы улучшать качество обслуживания и повышать уровень их удовлетворенности.

Трансформация курортного отеля в оздоровительный комплекс - это многоэтапный процесс, который требует грамотного подхода и профессиональной компетенции всех участников проекта. Это может привести к улучшению качества услуг, увеличению привлекательности для туристов и повышению доходов отеля. Однако, для успешного перевода необходимо учитывать все организационно-правовые аспекты, разработать и внедрить инновационные оздоровительные программы и услуги, проводить квалифицированную разъяснительную работу для туристов, а также сосредоточить внимание на создании уникальной концепции оздоровительного комплекса, отличающей его от других предложений на рынке.

На этапе концепции важно определить целевую аудиторию, потребности и желания туристов, а также сделать упор на экологическую безопасность и использование целебных природных ресурсов. Следует также учитывать популярные тренды и инновационные подходы в оздоровительной индустрии. Например, в последние годы все большую популярность приобретают программы по детоксикации организма, йога-ретриты, терапии звуком и т.д. Для успешного функционирования оздоровительного комплекса необходимо создать сильный бренд, который будет ассоциироваться с высоким уровнем сервиса и индивидуальным подходом к каждому гостю. Кроме того, необходимо обеспечить постоянное обучение персонала, а также выработать эффективную систему управления и контроля качества предоставляемых услуг. Только таким образом можно создать успешный оздоровительный комплекс, который будет привлекать туристов долгие годы.

Перевод отелей средних и особенно крупных размеров в оздоровительные комплексы позволяет не только увеличить прибыльность бизнеса, но и создать новые рабочие места, привлечь больше туристов, улучшить имидж региона. Кроме того, благодаря этому процессу гостиничное предприятие может удерживать постоянных гостей, удовлетворив их потребности в разнообразных качественных услугах.

В целом, трансформация отеля в оздоровительный комплекс может быть выгодным решением для инвесторов, которые стремятся не только получать прибыль, но и реально заботиться о здоровье потребителей.

Таким образом, в процессе интеграции ключевых направлений деятельности гостиничный бизнес эволюционно переходит в сектор индустрии здоровья, формирует инфраструктуру современного курортного многофункционального оздоровительного, культурного, научного, образовательного и делового центра. Обретает статус социально ориентированного бизнеса, что создает определенные выгодные политические и экономические предпосылки его дальнейшего эффективного функционирования, а также значительно расширяет возможности коммерческой деятельности оздоровительного комплекса, увеличивает привлекательность и востребованность оказываемых услуг.

Библиографический список:

1. ГОСТ Р 55321-2012 Услуги населению. СПА услуги. Общие требования.
2. Приказ Минздрава РФ от 30.09.2015 N 683Н об утверждении Порядка организации и осуществления профилактики неинфекционных заболеваний и проведения мероприятий по формированию здорового образа жизни в медицинских организациях.

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА

**¹Газзаев Тимур Артурович
²Синявская Елена Евгеньевна**

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
магистрант
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8 (962) 882-72-64
E-mail: gaz.tim1999@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
к.э.н, доцент, заведующий кафедрой экономики и финансов
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94

Annotation. The difficult situation in the world has also affected the tourism sector in Russia. But there are also great opportunities here, since the closure of many popular destinations and restrictions have caused an additional increase in demand for domestic tourism. In this article, the author describes the trends and factors of the development of domestic health tourism, provides statistics and forecasts for the near future, as well as recommendations for health resorts to survive in difficult conditions.

Ключевые слова: оздоровительный туризм, внутренний туризм, факторы развития.
Key words: health tourism, domestic tourism, development factors.

Развитие отечественного туризма - достаточно сложный процесс, в котором принимают участие множество объектов, регионов, программ, видов туризма, в том числе оздоровительного. Нет, к сожалению, шаблонных решений, которые можно примерить для всех регионов нашей страны в силу уникальности каждого из них. Поэтому каждый субъект Российской Федерации должен подойти к разработке мер по поддержке и развитию тех или иных видов туризма индивидуально, делая ставку на те, которые можно обеспечить природными ресурсами, медицинской базой, специалистами и которые пользуются повышенным спросом целевой аудитории.

Последние три года мы пребываем в ситуации неопределенности, в связи с чем планировать что-либо на далекую перспективу не имеет смысла. Сложная геополитическая ситуация, связанная с СВО на Украине, санкции против России, закрытие аэропортов на юге страны внесли свои коррективы в туристскую отрасль. Казалось бы, туризм прекратился, однако, как выяснялось в ходе опроса, россияне желают путешествовать. Психологическое состояние туристов, их страхи, связанные с происходящими в мире событиями, опасения из-за негативного информационного потока так же имеют влияние на развитие рынка туризма, в том числе отечественного.

На фоне описанных выше проблем у многих компаний, которые занимаются внутренним туризмом, имеются плюсы. Это меры поддержки со стороны государства, субсидии и отсрочки, предоставление занятости и т.п.

У населения в постпандемический период есть потребность поправить здоровье. Как прогнозируют специалисты, в России ожидается расцвет оздоровительного туризма. По данным исследования Ipsos, презентованного на MITT-2023 «Какие виды туризма выбирают

россияне» оздоровительный туризм занимает 9 место в рейтинге популярности среди других видов туризма. В 2022 г. его предпочли 8% туристов. В 2023 г. предполагается его рост до 11% (рис. 1) [1].

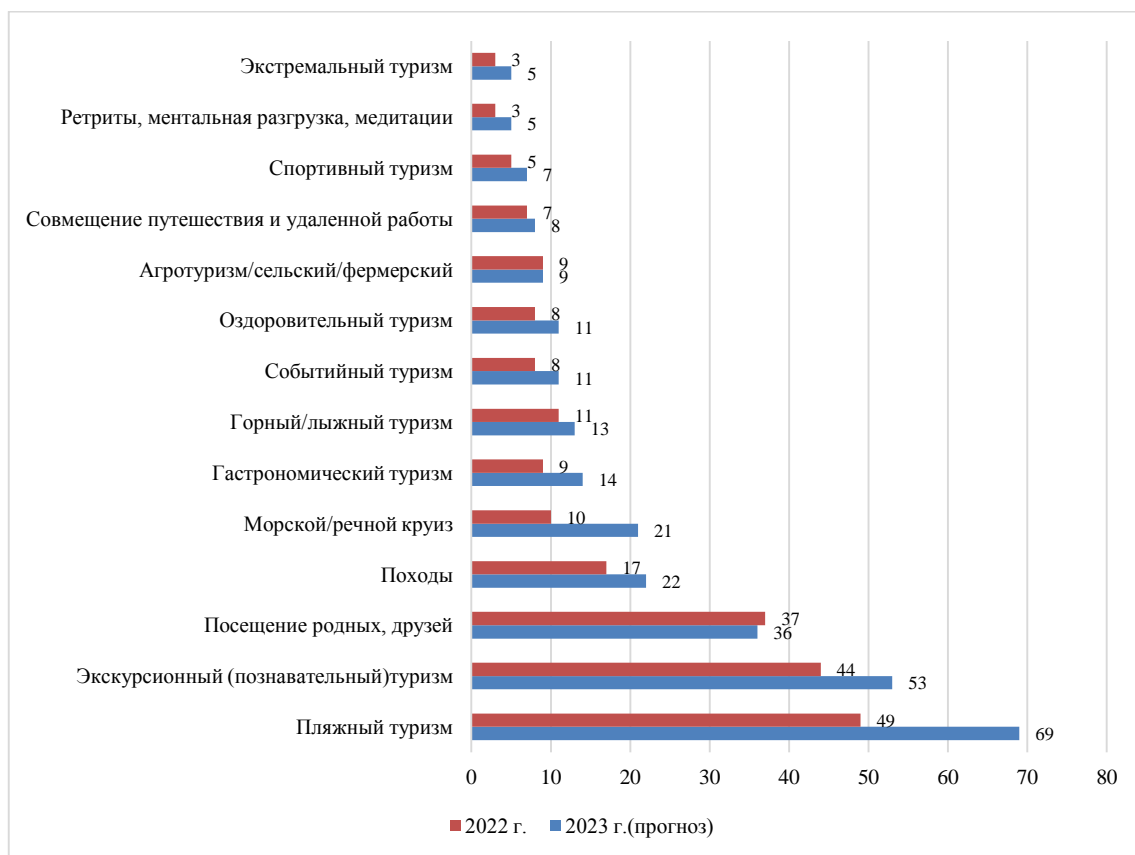


Рисунок 1 – Рейтинг видов туризма: 2022 г. и прогноз на 2023 г.

Так, по словам М. Данилова, медицинского директора Ассоциации оздоровительного туризма и корпоративного здоровья, не менее 10% всего внутреннего турпотока приходится именно на оздоровительный туризм. Показатели по санаторному турпотоку за 2022 г. (6000189 чел.) уже превышают доковидные данные 2019 г. (6000116 чел.) [2].

Все компоненты для этого присутствуют: медицинская база, специалисты, оборудование, возможность оказывать качественные оздоровительные услуги, причёмкратно дешевле, чем за рубежом. «За октябрь - ноябрь 2022 г. одна из крупнейших страховых компаний продала на 46% меньше туристических страховок, чем за аналогичный период 2021 г., - сообщает руководитель международных проектов медико-сервисной службы AP Companies P. Саркисян. - Хотя до пандемийного периода число наших соотечественников, выезжающих на курорты за рубеж, увеличивалось на 8-10% в год. Прошлый год стал исключением. Выездной турпоток снизился на 45-50%. Однако, здесь есть и плюсы: мы наблюдаем рост спроса на внутренние туристические поездки с 20% до 25-30%.

В ТОП-5 регионов-лидеров 2022 г. вошли Краснодарский край (+1% по количеству бронирований к 2021 г.), Кавказские Минеральные Воды (+41%), Дагестан (+53%), Москва (+34%) и Санкт-Петербург (+37%) [Как будет развиваться рынок внутреннего туризма в 2023 году. <https://www.atorus.ru/node/51759>]. Этому способствуют такие тенденции, как реализация программы туристического кешбэка, закрытие авиасообщения с рядом стран, значительный рост цен на туры на зарубежных направлениях [3]. И есть основания полагать, что в ближайшее время в России начнется полноценный рост внутреннего, в том числе оздоровительного, туризма, например, в майские праздники и, преимущественно, в летний сезон отпусков. При этом большим спросом будут пользоваться страховые продукты,

адаптированные к отдыху именно на отечественных курортах. Это большой выбор местных лечебных учреждений и расширенный пакет страхового покрытия».

Однако ситуация в обществе изменилась. И дело даже не только в смене общественно-политического уклада, а, скорее всего - в наступлении рынка. Смена фаз предполагает пересмотр системы ценностей. Понятие «аграрный» начинает терять в своем содержании привлекательность. Разрабатывается стратегия обретения новых качеств и черт, с сохранением традиций и всего положительного и целесообразного, что сформировалось в прошлом.

Первоочередной в этом смысле задачей является оперативное внедрение в практику формирования элементов имиджа региона, открытого для инвестиций. Привлекательны в этом плане промышленные перерабатывающие объекты, жилье и курорты края.

Если учитывать черноморские курорты, то Краснодарский край прибавил всего 1 % за счет закрытия аэропортов Анапы и Геленджика. Действующий аэропорт в г. Сочи позволил краю набрать всего один процент роста. В Крыму печальная ситуация, потому что заменить прибывших на отдых туристов не удалось ни железнодорожным транспортом, ни приехавшими на собственном автомобиле. Темп падения показателей 2022 г. к 2021 году составил около 30 %. В некоторых регионах туристические показатели выросли более, чем на 10-12%. Количество туристов, посетивших Кавказские Минеральные Воды, в 2022 году увеличилось на 40 %. Это рекорд.

Каждый из рассматриваемых регионов привлекателен, имеет свою изюминку и потенциал для развития и продвижения, с точки зрения туризма. И возможно, проблема в приоритетах и недостаточной экономической базе для масштабного развития оздоровительного туризма в данных субъектах.

По результатам 2022 года следует отметить, что, несмотря на негативные факторы, в связи со сложной геополитической обстановкой, общая картина внутреннего туризма весьма обнадеживает. К концу 2021 года наблюдается увеличение загрузки оздоровительных учреждений на 10%, а некоторых даже на 25 %. Конечно, есть здравницы, которые по причине географического обособления подвержены влиянию внешних факторов и поэтому вынуждены простаивать из-за транспортных ограничений. Заметим, что все больше курортов, испытанных пандемией и связанными с ней ограничениями, в последнее время научились быстро приспосабливаться к любым внешним переменам [4].

Сегодня необходима дифференциация маркетинговых стратегий многих предприятий оздоровительного туризма, направленных на удержание традиционных целевых сегментов, а также на привлечение новых, посредством расширения ассортимента услуг и повышения качества обслуживания клиентов.

Это ведет к положительным тенденциям, по большинству оздоровительных учреждений в разных регионах сегмент постепенно расширяется, среди отдыхающих становится все больше молодежи, санатории для семейного отдыха и оздоровления становятся более популярными.

В 2022 году заполняемость отечественных здравниц значительно повысилась, что связано со снятием антиковидных ограничений и с перенаправлением россиян с зарубежных направлений на внутренние.

Кроме того, надо отметить осуществление конкретных мер, предпринимаемых государством для развития внутреннего туризма. Таким образом, господдержка курортов с программой туристического кэшбэка смогла «смягчить удар», нанесенный отказами от брони, когда была объявлена частичная мобилизация в сентябре 2022 года. В результате заполняемость санаториев в «несезон» увеличилась, что положительно сказалось на годовых итогах [5].

При составлении прогноза на 2023 год надо принимать во внимание возможные риски, среди которых, скорее всего, можно выделить:

- отказ от поездок в отдельные курортные зоны из-за постоянных логистических трудностей;
- снижение платежеспособности населения;
- безопасность, постоянные мобилизационные ожидания.

Но такими рисками можно управлять, что неоднократно доказывали нам успешные курорты и лидеры рынка. Таким образом, из-за изменения состава целевого сегмента и частичной потери отдыхающих из других регионов возможна переориентация оздоровительных предприятий на представителей соседних регионов, традиционно состоящих из клиентов пожилого возраста, на семейную аудиторию. В качестве дополнительного сегмента целесообразна ориентация на корпоративный сектор, например, разработка предложений для работников оборонных системообразующих предприятий, включающих программы посттравматической реабилитации. Это послужит хорошим способом поддержать людей и, тем самым, обеспечить бесперебойное функционирование самой здоровницы. Эти особенности в 2023 году участникам индустрии оздоровительного туризма нужно иметь в виду. Помимо этого, в текущем году, предполагают специалисты рекреационных предприятий, кроме стандартных оздоровительных программ также будут пользоваться спросом у отдыхающих антистрессовые и детокс-процедуры, по-прежнему востребованы восстановительные программы после перенесенного COVID-19.

Ассоциация оздоровительного туризма и корпоративного здоровья продолжит реализацию своих основных проектов в 2023 году: «Топ-5 здоровниц по клиентоориентированности», конкурсов «Инвестиции в развитие здоровой страны. Лучшие корпоративные практики» и по традиции составит Рейтинг инвестиционной привлекательности «100 лучших здоровниц России» по итогам года [6].

В современных условиях надо сохранить преемственность в системе стратегического и оперативного управления развитием туризма, сложившейся за последние годы, путем тесного сотрудничества с региональными департаментами по управлению туризмом и бизнес-сообществом, актуализировать научное и кадровое обеспечение в приоритетных направлениях развития туризма и рекреации на основе формирования сетевой модели региональных научно-образовательных центров, в том числе с правом проведения туристско-рекреационных мероприятий для регионов и проектов.

Библиографический список:

1. Туроператоры назвали самые популярные у туристов национальные маршруты России. [Электронный ресурс].— URL: <https://www.atorus.ru/node/51836> (дата обращения: 29.04.2023).
2. Десять процентов всего внутреннего турпотока в России приходится на санатории. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.atorus.ru/node/51793> (дата обращения: 29.04.2023).
3. Исследование: пляжный отдых как вид туризма в 2023 году наиболее популярен у москвичей. [Электронный ресурс].— URL: <https://www.atorus.ru/node/51753> (дата обращения: 29.04.2023).
4. Как будет развиваться рынок внутреннего туризма в 2023 году. [Электронный ресурс]. — URL: <https://www.atorus.ru/node/51759> (дата обращения: 29.04.2023).
5. Sajt Medicinskoj asociacijii turizma. Medical Tourism Association. [Internet resource]. — URL: <https://www.medicaltourism.com/destinations/russia>
6. Национальный туристический рейтинг – 2022. [Электронный ресурс]. — URL: <https://russia-rating.ru/info/21283.html> (дата обращения: 29.04.2023).

ЛЕЧЕБНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ДЕМОГРАФИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РОССИИ

¹Гуриева Лира Константиновна

²Джиоев Александр Валерьевич

¹ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова», г. Владикавказ, Россия

доктор экон. наук, профессор кафедры менеджмента, маркетинга и туризма

362000, Россия, г. Владикавказ, ул. Ватутина 44-46

Тел.: 8 (867) 233-33-73, факс: 8(867)233-33-73

E-mail: 443879@mail.ru

²ФГБУН ФНЦ «Владикавказский научный центр Российской академии наук»
г. Владикавказ, Россия
мл. науч. сотрудник лаборатории прикладной социологии и конфликтологии
363110, Россия, РСО-Алания, г. Владикавказ, Михайловское, ул. Вильямса 1
Тел.: 8 (8672) 72-67-88
E-mail: dzhioevsasha@gmail.com

Abstract: The modern tourism industry has a growing impact on the development of countries and regions, however, not only as a sector of the economy, the direct impact of which is taken into account with a certain degree of certainty in the current national accounts, but also as a sphere of life that is no less, and perhaps even more important in preserving the health of the nation, achieving labor productivity and effective demographic development. First of all, we are talking about health tourism, the recreational opportunities of which in Russia are still insufficiently used. The article shows the growing trends in health tourism in the world, considers the results of the development of the sanatorium and resort sector in Russia for the period 2015-2020, substantiates the need to strengthen the national health policy of the working population in order to overcome acute demographic problems and achieve healthy longevity of people.

Ключевые слова: демографический кризис, ожидаемая продолжительность жизни, санаторно-курортный туризм, оздоровительный туризм, национальная политика здоровьесбережения занятого населения.

Keywords: demographic crisis, life expectancy, sanatorium organizations, health tourism, state policy of health protection of the working population.

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 22-28-20534, <https://rscf.ru/project/22-28-20534/>

Современная Российская Федерация находится в глубоком демографическом кризисе, который с разной глубиной остроты проявляется практически во всех ее регионах, а в последние годы демографическая ситуация резко ухудшилась. Так, естественная убыль населения в 2021 году впервые в истории современной Российской Федерации превысила 1 млн человек (1,043 млн чел.), а рождаемость населения снизилась, за счет чего численность постоянного населения России за год сократилась на 0,5%, составив 145,8 млн чел. В 2022 г. естественная убыль населения России составила 532,6 тыс. человек против 613,4 тыс. человек годом ранее (табл. 1). Отмечая годовое снижение естественной убыли населения на 31,4% в 2022 году, заметим, что число умерших в стране в январе-сентябре 2022 года достигло 1 448 301 чел., а в январе-сентябре 2021 года 1 725 491 чел [1]. То есть, несмотря на заметное снижение естественной убыли населения в 2022 г. по сравнению с 2020-20221 гг. (табл. 1), в период с 1 января 2021 года по 1 октября 2022 года в России умерло 2,5 млн человек.

Таблица 1. Изменение численности постоянного населения Российской Федерации в 2018-2022 гг., человек

Показатель	2017 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Численность постоянного населения Российской Федерации, человек	146842401	146830575	146764655	146459803	145864296	146713743
Общий прирост (+)/ убыль (-) численности постоянного населения Российской Федерации, человек		-99712	-32130	-577575	-613439	-532637

Составлено по: Витрина статистических данных Росстата: Численность постоянного населения в среднем за год. URL: <https://showdata.gks.ru/report/278930/>. Общий прирост постоянного населения. URL: <https://showdata.gks.ru/report/278934/>

Скачок смертности, безусловно связан с невиданными по масштабам распространения заболеваемостью коронавирусной инфекцией COVID-19, однако убыль населения России наблюдалась еще до начала эпидемии COVID-19: в 2018 г. она составила чуть менее 100 тыс человек (99,7 тыс чел.), а в 2019 г. – более 23 тыс чел.

Важно подчеркнуть, что в период эпидемии смертность по причине заболеваемости COVID-19 являлась не единственной причиной убыли населения: наблюдаемая избыточная смертность населения объясняется, крайне низким уровнем здоровья населения, что подтверждается, в частности, 119-м местом России среди 187 стран в рейтинге авторитетного международного научного журнала Lancet по уровню здоровья населения, определяемого по 33 показателям [1], а также тем, что система здравоохранения страны не смогла одновременно охватить медицинской помощью и больных коронавирусной инфекцией, и неинфекционных больных, в том числе остро нуждавшихся в лечении, что и привело к высокой избыточной смертности населения в период 2020-2021 гг.

Общие и удельные показатели избыточной смертности в России, рассчитанные по официальным данным госстатистики, во время пандемии коронавируса оказались выше, чем в странах Европы и США [9]. Впрочем, в России и до пандемии сложилась крайне высокая смертность населения по сравнению с развитыми странами: среди граждан трудоспособного возраста (16–64 года) по сравнению со странами ЕС убыль населения у нас выше в разы: у мужчин – почти в 3 раза, у женщин – в 2 раза [5]. В результате резкого ухудшения здоровья российской нации в период после распада СССР в России резко упала вероятность дожития населения до 65 лет, особенно среди мужчин: сегодня она существенно ниже не только по сравнению с общемировым показателем, но и с показателем группы наименее развитых стран, при том, что в период 1955-1965 гг. численность доживших до возраста 65 лет российских мужчин была выше общемировых значений и близка к уровню группы более развитых стран.

Еще тревожнее выглядит статистика показателя ожидаемой продолжительности жизни (ОПЖ) населения России в возрасте 65 лет: в период пандемии он заметно опустился ниже уровня показателей не только группы наиболее развитых стран, но и среднемировых значений, а у мужчин даже ниже отметки наименее развитых стран. По оценкам ООН, показатель ОПЖ российских мужчин даже в перспективе до 2050 гг. прогнозируется на 1-1,5 года ниже общемирового уровня и на 7-8 лет ниже уровня развитых стран. И эти прогнозы не беспочвенны: согласно национальному исследованию российских ученых, 60% российских мужчин в трети регионов страны не доживают до нового пенсионного возраста, в 15 регионах России мужчины доживают как раз до 65 лет, а во всех остальных регионах страны, за исключением регионов СКФО, Москвы и Петербурга, проживут еще максимум пять лет по 70-летнего возраста [6].

Только на основе приведенных данных о сложившемся тренде сокращения численности населения, в основе которого лежит очень высокая смертность мужчин работоспособного и чуть старшего возраста, можно заключить, что демографическое развитие России, как страны с самой большой территорией и протяженностью границ, можно признать не просто кризисным, но и содержащем реальные угрозы национальной безопасности.

В последние 15 лет российским правительством реализуется целый ряд проектов, нацеленных на остановку стратегически опасного сокращения численности населения страны. Наиболее эффективной оказалась инициатива материнского капитала, давшая, по разным оценкам, порядка 2,5 млн дополнительных рождений.

Однако этот эффект, как было показано выше, фактически нивелирован за два года пандемии. Приоритетно на коротком горизонте речь идет не о достижении роста численности населения России, а об остановке быстрой депопуляции населения страны. Об этом свидетельствуют, в частности, решения, принятые на заседании Совете Безопасности России в январе 2022 г., по итогам которого на реализацию национального проекта «Демография» выделено 145,6 млрд руб из 172 млрд руб, ассигнованных на все национальные проекты в первый месяц 2022 года.

В исследовании ученых департамента прикладной экономики ВШЭ «Вклад отдельных факторов в формирование здоровья населения», направленном на выявление главных факторов продолжительности жизни и здоровья россиян заключено, что на в группе стран со средней продолжительностью жизни, куда входит и Россия, ключевыми факторами продолжительности жизни являются «доля городского населения, расходы на здравоохранение на душу населения и ВВП на душу населения, однако есть немало стран, которые уступают России и по ВВП на душу населения, и по душевым расходам на здравоохранение: Иран, Армения, Колумбия, Сербия, Вьетнам, тем не менее, продолжительность жизни там выше» [7].

Исследуя здоровье населения России, авторы выявили систему взаимосвязанных факторов, это, в частности, качество окружающей среды, характер труда, социально-экономические факторы, спрос на услуги здравоохранения, наследственность. В рамках нашей работы важен вывод авторов исследования о том, что здоровье, как важную часть человеческого капитала, каждый отдельный индивидуум может увеличивать, вкладывая в отдых, спорт, улучшение условий жизни и медицинские услуги, и уменьшать отрицательными инвестициями: потреблением алкоголя, табака, а также пассивным образом жизни [7].

И эти выводы, в высокой степени совпадают, не только с аналогичными исследованиями, но и с мировыми поведенческими трендами населения наиболее развитых стран мира. Так, в широкомасштабном международном исследовании рынка здоровья и хорошего самочувствия «Health and Wellness Market» [8] представлен глобальный отраслевой анализ по секторам красоты и борьбы со старением, правильного питания, оздоровительного туризма, профилактической медицины, спа-экономики и др. показаны размеры и рост каждого сектора этого рынка, выявлены общемировые и региональные тенденции роста и дан прогноз до 2030 г.

Мировой рынок здоровья и хорошего самочувствия оценивался в 4 886,7 млрд долларов США в 2022 году и, как ожидается авторами исследования, достигнет к 2030 году не менее 7 656,7 млрд долларов США, увеличившись более, чем 1,5 раза [8].

Оценивая факторы роста этого рынка, авторы исследования «Health and Wellness Market» отмечают, что глобальный рынок здоровья и хорошего самочувствия в первую очередь обусловлен увеличением потребительских расходов на широкий спектр продуктов и услуг для здоровья и хорошего самочувствия по всему миру.

Растущее бремя физических и психических заболеваний, таких как рак, депрессия, тревожность и многие другие, играет важную роль в развитии индустрии здоровья и хорошего самочувствия с оборотом в триллион долларов. Растущий личный располагаемый доход, повышенная осведомленность потребителей о продуктах и услугах для здоровья и хорошего самочувствия, рост государственных расходов на развитие сложной инфраструктуры здравоохранения и стремление населения к здоровому и активному образу жизни – вот несколько важных факторов, стимулирующих рост мирового оздоровительного туризма. В исследовании он признан самым быстрорастущим сегментом мирового рынка здоровья и хорошего самочувствия: его объемы в 2021 году составили 630,2 млрд дол. США, в 2022 г. – 665,1 млрд дол. США, а к концу прогнозируемого периода составят порядка 1 трлн дол. США. Растущая осведомленность о оздоровительном туризме, рост располагаемого дохода, быстрорастущая индустрия туризма и увеличение потребительских расходов на оздоровительные услуги – вот главные факторы, которые будут способствовать росту этого сегмента в обозримом будущем.

Общее состояние здоровья занятого населения России оставляет желать лучшего, во многом, в силу одновременного воздействие как экономических (низкий уровень душевых доходов, безработица, бедность, инфляция и др.) так и неэкономических причин трех причин:

- 1) с переходом к рыночной экономике практически полностью была разрушена советская государственная система профилактики заболеваемости, охватывавшая более 200 млн человек;

- 2) на протяжении 20 лет после распада СССР пришла в упадок уникальная по мировым меркам система санаторно-курортного и профилактического отдыха населения;

- 3) в процессе становления рыночных отношений в России была сформирована новая модель отдыха, существенно отличная от культивируемого в советский период времени

модели здорового образа жизни (несмотря на распространенность в СССР курения, алкоголя и прочих вредных для здоровья человека привычек).

Эта модель, концептуально не ориентированная на здоровье сбережение, по нашему мнению, и привела к распространению многих, ранее имевших латентное проявление, психических и физических недугов.

По причине существенного ослабления внимания к профилактике болезней и пренебрежения населения здоровым образом жизни, о чем свидетельствуют выборочные обследования Росстата, 78% населения страны после диспансеризации попадает в группу больных людей, не более 12% – в группу практически здоровых и около 10% признаются здоровыми [4].

В советский период государственная система санаторно-курортных и профилактических учреждений ежегодно принимала 32 млн чел., при этом порядка 7,5 тыс. предприятий имели свои санатории, санатории-профилактории и профилактории [2]. Это была уникальная и, как показал исторический опыт, высоко эффективная национальная система лечения и рекреации занятых в народном хозяйстве страны работников и их семей. Действующий в России санаторно-курортный комплекс насчитывает 1752 организаций, как видно из табл. 2, за 15-летний период он претерпел качественную деградацию.

И хотя в период с 2005-2020 гг. число санаторно-курортных организаций возросло на 421 ед, число санаториев увеличилось всего на 8 ед., а детских санаториев сократилось на 97 ед., число санаториев-профилакториев сократилось на 422 ед, почти 50%.

Общая численность людей, получивших лечение и отдохнувших в санаторно-курортных организациях за 15 лет сократилось почти на 30% (с 6, 348 млн человек в 2005 г. до 4, 479 млн человек в 2020 г.), численность отдохнувших в санаториях сократилось почти на 1 млн чел (4,9 млн чел. в 2005 г. до 3,9 млн чел. в 2020 г.), а количество детей, получивших санаторное лечение, сократилось в 1,8 раза. Численность людей, отдохнувших в санаториях-профилакториях упала в 2,6 раза.

Таблица 2. Санаторно-курортные организации, численность лечившихся и отдохнувших в этих организациях (на конец года)

Показатели развития оздоровительного отдыха и туризма	2005 г.	2010 г.	2015 г.	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2020 г. к 2010 г.	
							прирост (+)/ убыль (-)	%
Число санаторно-курортных организаций (СКО) –всего	2 173	1 945	1 878	1 755	1 777	1 752	- 423	81
в том числе: санатории	1 297	1 273	1 287	1 244	1 289	1 305	+8	100,6
из них санатории для детей ²⁾	588	550	558	470	490	491	- 97	83,5
санатории-профилактории	851	656	568	491	467	429	- 422	49,5
Численность лечившихся и отдохнувших в СКО, тыс. человек	6 348	6 049	6 476	6 880	7 231	4 479	- 1869	70,5
из них: в санаториях ³⁾	4 860	4 751	5 308	5 863	6 215	3 907	- 953	80,4
из них детей ⁴⁾	1 505	1 312	1 365	1 523	1 577	852	- 653	56,6
в санаториях-профилакториях	1 418	1 229	1 085	965	970	541	-877	38,2

¹⁾Здесь данные за 2010, 2015 гг. – без учета микропредприятий, 2005, 2018–2020 гг. - по полному кругу хозяйствующих субъектов.

²⁾Включая санатории для детей с родителями и санаторные оздоровительные лагеря.

³⁾Включая санатории для детей, санатории для детей с родителями, санаторные оздоровительные лагеря.

⁴⁾До 2015 г. (включительно) дети-граждане России. С 2018 г. – с учетом детей-граждан других стран.

Составлено по: Здравоохранение в России - 2021 г. https://gks.ru/bgd/regl/b21_34/Main.htm

К сожалению, Нацпроект «Демография» пока не оказывает сколь-нибудь положительного влияния на укрепление здоровья населения, не способствует остановке убыли населения, особенно занятого в экономике, а поэтому необходимо перейти от декларации к реализации государственной политики сохранения здоровья работающего населения России, цель которой на уровне отдельного человека и семьи – сделать здоровье личным приоритетом каждого (это требует, прежде всего, ментального здоровья людей, их уверенности в завтрашнем дне, позитивного отношения к действительности); на уровне компаний – развивать систему мотивации здорового образа жизни, профилактики отрицательных социальных норм и традиций, стимулирование бережного отношения к здоровью (ориентиром могут служить имеющиеся успешные кейсы, реализованные в российских компаниях, например, «Человек идущий» и открывшиеся новые цифровые возможности предприятий в сфере оздоровления сотрудников); на уровне регионально-муниципального уровня – формирование стиля жизни и поведения, направленного на предупреждение болезней (примером являются реализуемые проекты «Здоровый муниципалитет», «Каждому муниципалитету маршрут здоровья», «Общество против наркотиков», «10 000 шагов к жизни»). Важнейшим ресурсом укрепления здоровья и долголетия российской нации является система учреждений оздоровительного отдыха и туризма, эффективное развитие которой должно находиться в приоритетном фокусе внимания государства.

В заключение отметим, что в России наблюдаются одновременное воздействие ряда факторов сокращения численности населения: падение рождаемости, чрезмерно высокая смертность, снижение фактической и ожидаемой продолжительности жизни, низкий уровень здоровья населения по причине небрежного отношения к нему. Негативное влияние этих факторов вкупе с отрицательным сальдо миграции и потерей мужской части населения, участвующих в проведении СВО, создают в уже в среднесрочной перспективе очень высокие риски национальной безопасности России, что обуславливает необходимость системной активизации как имеющихся, так и новых ресурсов в решении проблем здоровьесбережения и углубления демографического кризиса. Лозунг: «Здоровье нации – основа процветания страны» в России время приобрел буквальное значение.

Библиографический список:

1. Ваганов А. Демография на грани депопуляции /Новая газета. Наука. // [Электронный ресурс]: - URL: https://www.ng.ru/nauka/2021-09-07/9_8245_demography.html (дата обращения 12 марта 2023 г.)
2. Гуриева Л.К. Кластерный подход к развитию туризма в регионе. / Л.К. Гуриева, Т.Г. Курский // Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2012. № 11 (47). С. 17.
3. Джиоев А.В. Роль интеллектуального капитала в достижении национальной конкурентоспособности // Гуманитарные и социально-экономические науки. 2018. № 6 (103). С. 113-115.
4. Девятова С. В период коронавируса у нас больных было меньше. / Известия. [Электронный ресурс]: - URL:<https://iz.ru/1510882/sofiia-deviatova/v-period-koronavirusa-u-nas-bolnykh-bylo-menshe> (дата обращения 12 марта 2023 г.)
5. Зубов И. Рождаемость минимальная, смертность максимальная: Россия теряет людей 5 лет подряд / Новые Известия. [Электронный ресурс]: - URL: <https://newizv.ru/news/2023-02-02/rozhdaemost-minimalnaya-smertnost-maksimalnaya-rossiya-teryaet-lyudey-5-let-podryad-395904> (дата обращения 13 марта 2023 г.)
6. Возраст НЕдожития: в каждом третьем регионе мужчины не доживают до 65 лет. [Электронный ресурс]: - URL: <https://newizv.ru/news/2020-10-21/voznrast-nedozhitiya-v-kazhdom-tretem-regione-muzhchiny-ne-dozhivayut-do-65-let-313472>
7. Как прожить долго: в Вышке выяснили, что важнее – качество жизни или медицины. Официальный сайт Высшей школы экономики. Новости 05.11.2020. - URL: <https://www.hse.ru/news/414653660.html> (дата обращения 13 марта 2023 г.)
8. Health and Wellness Market (By Sector: Personal Care & Beauty & Anti-Aging, Nutrition & Weight Loss, Physical Activity, Wellness Tourism, Preventive & Personalized Medicine, Spa Economy,

and Others) - Global Industry Analysis, Size, Share, Growth, Trends, Regional Outlook, and Forecast 2022 – 2030 <https://www.precedenceresearch.com/health-and-wellness-market> (дата обращения 10 марта 2023 г.)

9. Troianovski A. 'You Can't Trust Anyone': Russia's Hidden Covid Toll Is an Open Secret / The New York Times/ 10.04.2021. URL: <https://www.nytimes.com/2021/04/10/world/europe/covid-russia-death.html> (дата обращения 11 марта 2023 г.)

АНТИМУТАГЕННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ ПРОДУКТОВ ФУНКЦИОНАЛЬНОГО НАЗНАЧЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ ИХ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ В САНАТОРНО-КУРОРТНОМ И ГЕРИАТРИЧЕСКОМ ПИТАНИИ

¹Кондратенко Елена Игоревна

²Ломтева Наталья Аркадьевна

³Прокопчук Татьяна Маратовна

¹ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева», г. Астрахань, Россия
доктор биол. наук, профессор, декан биологического факультета
414000, Россия, г. Астрахань, пл. Шаумяна, 1
Тел.: 8 (8512) 24-62-99
E-mail: condr70@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева», г. Астрахань, Россия
доктор биол. наук, профессор кафедры физиологии, морфологии, генетики и биомедицины
414000, Россия, г. Астрахань, пл. Шаумяна, 1
Тел.: 8(8512) 24-62-99
E-mail: physiology-agu@asu.edu.ru

³ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет имени В.Н. Татищева», г. Астрахань, Россия
Магистрант биологического факультета
414000, Россия, г. Астрахань, пл. Шаумяна, 1
Тел.: 8(8512) 24-64-99
E-mail: physiology-agu@mail.ru

Abstract: Using the Ames test, the gene-protective properties of plant extracts of *E. angustifolia* L. (*Loch angustifolia*), seedlings of *F. esculentum* Moench (buckwheat) and *T. foenum-graecum* L. (fenugreek) were found. *F. esculentum* Moench seedling extract shows a dose-dependent effect. *T. foenum-graecum* L. seedling extract does not show a dose-dependent effect.

Ключевые слова: продукты функционального назначения, тест Эймса, антимутагенные эффекты.

Keywords: Ames test, antimutagenic properties, functional products

Центральная роль генетического кода в определении стабильности генома и связанных с ним последствий для здоровья, таких как дефекты развития и дегенеративные заболевания, хорошо известна. Кроме того, очевидно, что метаболизм и репарация ДНК зависят от большого количества диетических факторов, которые действуют как кофакторы или субстраты в этих фундаментальных метаболических путях [4, 5]. Основной проблемой для здоровой и долгой жизни является способность продолжать заменять стареющие клетки в организме новыми клетками с нормальными генотипами и паттернами экспрессии генов, которые соответствуют тканям. Понимание потребностей в питании для поддержания здоровья генома стволовых клеток имеет важное значение в этом отношении, но до сих пор недостаточно изучено.

В последние годы резко возросло воздействие на человека различных генотоксических агентов, таких как ультрафиолетовое излучение, ионизирующее излучение или загрязнители

воздуха, воды и пищевых продуктов. Известно, что постоянное нарушение стабильности генома вызывает мутации, активно участвующие во многих патологических процессах, включая рак. Фрукты, овощи и лекарственные растения являются важными источниками фитохимических веществ, которые могут ингибировать синтез и биоактивацию ксенобиотиков [3, 6].

Цель исследования – выявление антимуtagenного потенциала экстрактов Лоха узколистного (*E. angustifolia* L.), Гречихи посевной (*F. esculéntum* Moench) и Пажитника сеного (*T. foénium-graécum* L.) в тесте Эймса.

Материал и методы исследования. В работе изучали антимуtagenные эффекты экстрактов, полученных из таких растений как, лох узколистный, гречиха посевная и пажитник сеной. Исследование проводилось в тесте Эймса на штамме *Salmonella typhimurium* TA100, который является высокочувствительным ауксотрофным по гистидину мутантом [1, 2]. Диагностическим мутагеном для данного штамма является азид натрия (NaN_3), который добавляли к исследуемым экстрактам в составе верхнего агара для выявления антимуtagenного действия.

В работе изучали экстракты из проростков гречихи посевной, плодовой мякоти, цветков, семян и листьев лоха узколистного и проростков пажитника сеного. Для приготовления экстрактов из лоха узколистного сухое измельченное сырье заливали 60 % спиртом в следующих пропорциях: 200 грамм плодов – 750 мл 60 % спирта, 75 грамм цветков – 800 мл 60 % спирта, 30 грамм листьев – 500 мл 60 % спирта, 70 грамм семян – 500 мл 60 % спирта. При приготовлении экстрактов из проростков *F. esculéntum* Moench и *T. foénium-graécum* L. использовали высушенные и измельченные 3-х дневные проростки в пропорциях 35 грамм проростков – 500 мл 60 % спирта для гречихи посевной и 50 грамм проростков пажитника сеного – 400 мл 60 % спирта. Для получения экстрактов сухое измельченное растительное вещество заливали спиртом и оставляли в термостате на три часа при температуре 60 °С, далее экстракты процеживали через фильтровальную бумагу и ставили в сушильном шкафу до полного испарения спирта. Полученный после выпаривания сухой остаток разводили стерильной дистиллированной водой в концентрациях 1 мг/мл, 0,1 мг/мл и 0,01 мг/мл, при этом использовали 3 повторности для каждой концентрации.

В ходе работы на водяной бане нагревали пробирки в верхнем агаре и в каждую пробирку добавляли бактериальную суспензию (0,1 мл), изучаемый экстракт в соответствующей концентрации (0,1 мл), NaN_3 (0,1 мл). После этого в чашки Петри выливали содержимое пробирок. Положительный контроль представляла собой пробирка с азидом натрия и бактериальной суспензией. Отрицательный контроль представлял собой пробирку с верхним агаром, бактериальной суспензией (0,1 мл) и стерильной дистиллированной водой (0,1 мл). После этого пробы инкубировали 48 часов в термостате при 37 °С. Далее подсчитывали количество выросших колоний *Salmonella t.*, сравнивали с положительным контролем и рассчитывали во сколько раз исследуемые экстракты ингибировали деятельность мутагена.

В работе определяли редуцирующий фактор (РФ), показывающий уменьшение частоты индукции обратных мутаций от ауксотрофности к прототрофности по формуле:

$$\text{РФ} = 100 - \frac{N_1}{N_2} \times 100\%,$$

где N_1 – число his⁺ колоний-ревертантов в опыте, N_2 – число his⁺ колоний-ревертантов в положительном контроле (ГОСТ 007-1018).

Выделяют критерии оценки антимуtagenного потенциала исследуемого вещества: РФ < 25 % - отсутствие антимуtagenной активности, РФ - 25-40 % - умеренная антимуtagenная активность, РФ > 40 % - выраженная антимуtagenная активность [2].

Статистическую обработку проводили с использованием программы Microsoft Office Excel 2010, данные представляли в виде среднего арифметического значения и ошибки среднего арифметического значения ($M \pm m$). Различия считались статистически значимыми при $p < 0,05$.

Результаты исследования. Количество his+ колоний-ревертантов в положительном контроле было 188 и 230 колоний. С этими данными в дальнейшем проводили сравнение, определяя на сколько процентов исследуемые экстракты снижали мутагенное действие NaN₃. В отрицательном контроле количество колоний-ревертантов – 12 и 36.

В Таблице 1 показаны результаты оценки антимутагенного потенциала лоха узколистного. Водное извлечение семян лоха узколистного проявляло антимутагенные эффекты только в концентрации 0,1 мг/мл (умеренная активность). Для экстракта цветков лоха узколистного антимутагенная активность проявлялась во всех исследуемых концентрациях, при этом для концентраций 0,1 мг/мл и 0,01 мг/мл была характерна умеренная активность, тогда как для 1 мг/мл – выраженная.

Таблица 1 – Оценка антимутагенного потенциала экстрактов Лоха узколистного

Исследуемый экстракт	Концентрация, мг/мл	Число his+ колоний-ревертантов	РФ, %	Антимутагенная активность
Семена <i>E. angustifolia</i> L.	1,00	174,2±20,18	17	Отсутствует
	0,10	155,0±3,24	26	Умеренная
	0,01	177,9±23,67	15	Отсутствует
Цветки <i>E. angustifolia</i> L.	1,00	85,3±36,28	60	Выраженная
	0,10	145,9±35,72	31	Умеренная
	0,01	160,3±19,25	24	Отсутствует
Плоды <i>E. angustifolia</i> L.	1,00	129,8±5,67	38	Умеренная
	0,10	130,4±24,39	38	Умеренная
	0,01	152,7±12,81	27	Умеренная
Листья <i>E. angustifolia</i> L.	1,00	100,8±21,56	52	Выраженная
	0,10	156,2±4,69	26	Умеренная
	0,01	169,8±8,11	19	Отсутствует

Экстракт плодов лоха узколистного проявлял умеренную антимутагенную активность не зависимо от концентрации.

Экстракт листьев лоха узколистного также проявлял дозозависимый эффект. Так для наименьшей концентрации экстракта антимутагенный потенциал отсутствовал, в концентрации 0,1 мг/мл был умеренным, а в концентрации 1,0 – выраженным.

Максимальный редуцирующий фактор, то есть наиболее выраженный антимутагенный потенциал проявился у цветков лоха узколистного в концентрации 1,0 мг/мл.

В Таблице 2 показаны результаты оценки антимутагенных эффектов экстрактов гречихи посевной и пажитника сеного.

Экстракт проростков гречихи посевной обладал антимутагенным эффектом, при этом для концентрации 1,0 мг/мл и 0,1 мг/мл была характерна выраженная антимутагенная активность, тогда как в концентрации 0,01 мг/мл – умеренная.

Таблица 2 – Оценка антимутагенного потенциала экстрактов Гречихи посевной и Пажитника сеного

Исследуемый экстракт	Концентрация, мг/мл	Число his+ колоний-ревертантов	Антимутагенная активность
Проростки <i>F. esculéntum</i> Moench.	1,00	82,1±15,58	Выраженная
	0,10	116,0±23,21	Выраженная
	0,01	145,8±4,72	Умеренная
Проростки <i>T. foénum-graécum</i> L.	1,00	119,3±35,44	Выраженная
	0,10	130,0±17,12	Умеренная
	0,01	95,8±28,62	Выраженная

РФ экстракта пажитника сенного составляет 44, 38 и 55% - соответственно.

Изучаемые экстракт из проростков пажитника сенного также показал антимуtagenные эффекты. Для минимальной и максимальной концентрации был характерен выраженный антимуtagenный потенциал, тогда как для концентрации 0,1 мг/мл – умеренный.

Обсуждение полученных результатов. Изучаемые экстракты показали антимуtagenные эффекты, выраженность которых отличалась в зависимости от вида экстракта. Водное извлечение семян лоха узколистного обладало умеренным антимуtagenным потенциалом только в концентрации 0,1 мг/мл. Водные извлечения цветков и листьев лоха узколистного во всех исследуемых концентрациях проявляли антимуtagenный потенциал от выраженного до отсутствующего, при этом был характерен доза зависимый эффект. Водное извлечение плодов лоха узколистного проявило умеренный антимуtagenный эффект в концентрациях от 1,0 мг/мл до 0,01 мг/мл. Антимуtagenные эффекты экстрактов разных частей лоха узколистного могут объясняться богатым химическим составом растения. В состав экстрактов лоха узколистного входят такие биологически активные вещества, как витамины, аминокислоты, флавоноиды, антиоксиданты, сапонинов, терпеноидов.

Экстракт гречихи посевной проявил от выраженного до умеренного антимуtagenного эффекта в концентрациях 1,0-0,01 мг/мл, при этом проявлялся доза зависимый эффект.

Водное извлечение пажитника сенного в диапазоне концентраций 1-0,01 мг/мл проявляло и выраженные и умеренные антимуtagenные свойства, тогда как дозозависимые эффекты не обнаружены.

Антимуtagenное действие экстрактов определяется большим количеством биологически активных веществ (флавоноиды, алкалоиды, витамины-антиоксиданты и др.).

Согласно результатам нашего исследования, рекомендуем к разработке в качестве антигенотоксических и генопротекторных препаратов растительные экстракты цветков (1,0 мг/мл; 0,1 мг/мл), семян (0,1 мг/мл), листьев (1,0 мг/мл; 0,1 мг/мл), плодов (1-0,01 мг/мл) лоха узколистного, экстракты проростков гречихи посевной (1-0,01 мг/мл), экстракты проростков пажитника сенного (1-0,01 мг/мл) с перспективой детализации принципов и организации санаторно-курортного и гериатрического питания.

Библиографический список:

1. ГОСТ 007-1018. Методы оценки антиоксидантной, антибактериальной и антимуtagenной активности биологически активных веществ растительного происхождения. – Минск, 2018. – 27 с.
2. Барабанщиков, Б.И. Методы изучения мутагенной изменчивости микроорганизмов: учебно-методическое пособие / Б.И. Барабанщиков, Э.В. Бабынин, Р.Г. Хамидуллина. // – Издательство Казанского Государственного Университета, 2008. – 42 с.
3. Горькова, И.В. Экстракты гречихи посевной и софоры японской как сырьевые источники биологически активных веществ / И.В. Горькова, Н.Е. Павловская, А.Н. Даниленко // Пищевая промышленность. – 2016. - № 2. – С. 30-32. 6. Иванова, М.И. Проростки – функциональная органическая продукция (обзор) / М.И. Иванова, А.И. Кашлева, А.Ф. Разин // Вестник Марийского государственного университета. – 2016. - № 7. – С. 19-29.
4. Khan, S. Mutagenicity and genotoxicity evaluation of textile industry wastewater using bacterial and plant bioassays / M. Anas, A. Malik // Toxicology Reports. – 2019. – P. 193-201.
5. Li, Y. Genotoxicity of silver nanoparticles evaluated using the Ames test and in vitro micronucleus assay / Y. Li, D.H. Chen, J. Yan // Mutation Research. Genetic Toxicology and Environmental Mutagenesis. – 2012. - P. 4-10.
6. Makhuvele, R. Genotoxicity and Antigenotoxicity of selected South African indigenous plants / R. Makhuvele, R. Matshoga, R. Antonissen, L. Pieters, L. Verschaeve, E. Elgorashi // South African Journal of Botany. – 2018. – P. 89-99.

ОСОБЕННОСТИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ (НА ОСНОВЕ ОПРОСА ПОТРЕБИТЕЛЕЙ)

¹Муравьева Оксана Сергеевна,
²Рыбакова Юлия Владимировна,
³Калоева Зарина Юрьевна

¹ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», Санкт-Петербург, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики предприятия, предпринимательства и инноваций
199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 7–9
тел. +7 (812) 363-67-77
E-mail: o.muraveva@spbu.ru

²ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», Санкт-Петербург, Россия
канд. экон. наук, ст. преподаватель кафедры экономики предприятия, предпринимательства и инноваций
199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская набережная, д. 7–9
тел. +7 (812) 363-67-77
E-mail: y.rybakova@spbu.ru

³ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова», Владикавказ, Россия
канд. геогр. наук, доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма
362025, Республика Северная Осетия – Алания, г. Владикавказ, ул. Ватутина, 44-46
тел. +7 (8672) 33-33-73, доб. 119, 120
E-mail: zarina-kaloeva@yandex.ru

Annotation: the study of domestic tourism development in the Russian Federation is due to changes occurring under the influence of global crises, starting from the 20s of the 21st century. The authors studied the opinion of Russian consumers of tourist services in terms of changing preferences in the context of global political and economic turbulence. Based on an empirical study, a portrait of consumers was formed, changes in the consumption of tourist services were identified, as well as expectations from travel after the exit from the systemic crisis.

Ключевые слова: туристские дестинации, маркетинговые исследования, внутренний туризм, анкетирование, изменения, кризис

Keywords: tourist destinations, marketing research, domestic tourism, questioning, changes, crisis

С начала 20-х годов 21 века отрасль туризма в России находится в состоянии глубокой турбулентности. Сначала COVID-19 поставил ряд серьезных задач, среди которых «формирование доверия клиентов и сотрудников к эпидемиологической безопасности услуг (особенно с большим объемом ежедневного трафика), поддержка мотивации сотрудников в условиях экономического хаоса, поддержка операционных стандартов при сохранении требований социального дистанцирования. Происходящие в туристской индустрии изменения, рост и развитие систем онлайн-бронирования и распространение альтернативных вариантов проживания несколько изменили образ гостеприимства, внося новые особенности в отрасль». [1]. С другой стороны, глобальная экономическая и политическая нестабильность также предопределила трансформацию туристских предпочтений и географических потоков.

О том, как развивалась туристская отрасль в Российской Федерации в период пандемии COVID-19 и нестабильности в политической и экономической сферах освещается научных работах таких авторов как: Лингурян Н.В. [2], Короткая А.М. [3], Гришина Т.В. [4],

Гомилевская Г.А. [5], Донскова Л.И. [6], Леонидова Е.Г. [7] и др. Далее в статье период, начиная с 2020 года по настоящее время, будет обозначен как эпоха глобальных кризисов.

Для выхода сферы туризма Российской Федерации из состояния кризиса необходимо развивать внутренние региональные направления. Именно это отражено в концепции нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства». Следует всячески стимулировать внутренний турпоток в контексте происходящих общемировых событий. Для этого требуется исследовать потребительское восприятие туристического продукта среди российских клиентов.

Целью настоящей статьи является анализ особенностей поведения посетителей туристских дестинаций, выявлении их предпочтений и ожидания от внутристранового туризма.

Методы исследования

Авторами было проведено эмпирическое исследование в форме анкетирования, а также использованы статистические методы обработки данных частотный анализ, сравнение средних и др.

Опрос проведен на базе платформы Google Forms, с обработкой данных в программе IBM SPSS Statistics 26.

Результаты исследования

Среди респондентов женская аудитория составила 72% и 28% — мужская, в возрасте, позволяющем путешествовать самостоятельно, с акцентом на молодую аудиторию, а именно: 18–25 лет — 51%, 26–35 лет — 24%, 35–45 лет — 13%, 46–55 лет — 7%, старше 55 лет — 4%. По роду деятельности, в основном, это студенты, преподаватели, служащие, менеджеры, руководители.

По параметру дохода респонденты были классифицированы по качественному критерию [8], в зависимости от возможности приобрести товары в принципиально разных ценовых категориях. Результаты анкетирования показали, что у 58,5% опрошенных денежных средств хватает на покупку крупной бытовой техники, однако они не могут позволить себе приобрести автомобиль; у 22,64% средств достаточно только на продукты и одежду; для 9,43% приобретение жилой недвижимости потребует кредитного займа; и также 9,43% могут позволить себе купить все. Такая дифференциация в доходах связана с различным родом деятельности опрошенных.

Сформированная выборка позволяет оценить туристский опыт респондентов за последние 3 года в основном из среды молодежи 18-25 лет и сделать умозаключения по результатам анкетного опроса.

Распределение по доходу и частоте путешествий позволило сделать вывод о том, что чем выше уровень дохода у опрошенных, тем реже они совершают поездки в период кризисов. Отметим, что 20% респондентов, с очень высоким уровнем дохода, по результатам анкетирования заявили, что путешествуют в среднем реже 1 раза в год, а 80% из них не более 1-2 раза в год. Больше всех (3-4 раза в год) в течение последних 3-х лет путешествовали опрошенные, с невысоким уровнем дохода (в анкете обозначены, как те, для которых затруднительно приобрести автомобиль). В основном, это респонденты от 26 до 35 лет. В основном, это семьи, которые в различные временные сезоны продолжили путешествовать с детьми во время школьных каникул.

Практически все респонденты отметили, что до начала глобальных кризисов они путешествовали на 1-2 поездки чаще в год (11% менее 1 раза в год; 40% - 1-2 раза в год; 49% - 3-4 и более поездок в год), чем последние 3 года (20 % - менее 1 раза в год; 62 % - 1-2 раза в год; 18 % - 3-4 раза в год).

Большинство опрошенных в возрасте 18-25 лет склонны путешествовать в составе друзей или группы; 26-55 — с семьей или друзьями; старше 55 — с семьей или самостоятельно.

Респонденты предпочитают пляжный отдых или экскурсионные туры, и в меньшей степени экстремальный туризм, образование и лечение.

Средняя продолжительность турпоездки среди опрошенных составила: менее 7 дней — 38%; 7-14 дней — 48%; 15-21 день — 8%; более 21 дня — 6%.

На основе анкетного опроса авторами были определены основные факторы в сфере туризма, на которые потенциальные клиенты прежде всего обращают внимание при планировании своей поездки (см. Табл. 1).

Таблица 1. Частотное распределение факторов, определяющих выбор туристской дестинации (%)

	Абсолютно не важно	Неважно	Нейтрально	Важно	Крайне важно
Транспортное сообщение	3,8	7,5	13,2	47,2	28,3
Объекты инфраструктуры	1,9	3,8	18,9	41,5	34
Комфорт средств размещения	1,9	5,6	3,8	39,6	49,1
Безопасность региона	1,9	5,6	18,9	34	39,6
Достопримечательности дестинации	3,8	13,2	20,8	37,7	24,5
Оздоровительные ресурсы	24,5	34	18,9	17	5,6
Экологический уровень	7,5	15,1	34	34	9,4
Известность и популярность дестинации	18,9	22,6	35,9	22,6	0

Опираясь на результаты ответов опрошенных, получены следующие данные. Самыми значимыми параметрами явились: безопасность в туристской дестинации (74%); транспортная логистика – 75%; развитость объектов инфраструктуры – 75%; комфорт мест размещения отметили 89% респондентов. Чуть менее важным критерием явилось наличие достопримечательностей, его выбрали 62 % респондентов.

Меньше всего влияет на выбор направления путешествия наличие оздоровительных и рекреационных ресурсов, а также общая известность и популярность туристской дестинации – 27%.

Основная гипотеза данного исследования состояла в том, что тенденция и склонность к турпоездкам по территории нашей страны сохранится после выхода из состояния политической и экономической турбулентности. Однако 55% исследуемой выборки сообщили, что вновь вернуться к поездкам за границу, как только это станет возможно и безопасно; 45% склонны думать, что продолжат путешествия по России. Эти ответы также близки к вопросу о том, насколько вероятно, что наши опрашиваемые на основе собственного опыта готовы порекомендовать своим близким и знакомым отдых в России: готовы рекомендовать 58%; не готовы или не знают – 42% выборки. Данные результаты очень остро поднимают проблему отсутствия лояльности к внутреннему туризму среди молодого поколения.

На вопрос, о том, что стимулирует респондентов отдыхать в России, 47,8% ответили, что это интерес к стране; а 39,1% – невозможность выехать за границу; 13,1% – цена отдыха, программа туристического кэшбека и другое.

Для более пристального изучения слабых сторон внутреннего туризма, был задан ряд вопросов о том, что негативно влияет на принятие решения о путешествиях по России [9].

Таблица 2 – Частотное распределение факторов, препятствующих путешествию по РФ (%)

	Крайне несогласен	Не согласен	Не знаю	Согласен	Абсолютно согласен
Плохо развитая транспортная логистика в России не позволяет мне путешествовать по стране	26,1	34,8	10,8	26,1	2,2
Завышенная стоимость туров заставляет меня сократить поездки по отечественным дестинациям	8,7	21,7	6,5	47,8	15,2

Отсутствие комфортабельных отелей заставляет меня отказаться от путешествий по России	13	28,3	21,8	28,3	8,7
Отсутствие комфортных средств размещения в России не позволяет мне путешествовать по стране	15,3	30,4	23,9	23,9	6,5
Отсутствие интересных достопримечательностей в России не позволяет мне путешествовать по стране	39,1	30,4	6,5	21,8	2,2
В России непросто организовать путешествие (отпуск)	17,0	32,1	30,2	17,0	3,7

На основе данных, представленных в таблице 2, можно сделать вывод, что более половины опрошенных (63 %) отмечают завышенную стоимость туров для отечественных направлений. Также среди сдерживающих факторов, влияющих на отказ от путешествий по России – это плохо развитая инфраструктура и отсутствие комфортабельных отелей (37 и 30,5% соответственно). При этом только 30% согласились с утверждением, что в России непросто организовать свое путешествие.

Заключение

На основе проведенного эмпирического исследования авторы пришли к умозаключению о том, что системный мировой кризис изменил характер и направленность турпоездки российских путешественников. Многие из них стали отдавать предпочтение внутристрановому туризму, либо вообще перестали путешествовать где-либо за пределами домашнего региона. Несмотря на то что внутренние туристские направления более популярны в период политической нестабильности и в постковидный период, чем до начала 20-х годов 21 века, эмпирическое исследование показало, что данная тенденция будет иметь место лишь до стабилизации политической обстановки в мире. После этого большинство туристов продолжают выбирать зарубежные направления.

Поэтому для увеличения спроса на внутренний туризм в пролонгированном масштабе, компаниям, с одной стороны, нужно обращать на комфорт проживания и развитость инфраструктуры, но с другой – очень серьезно обращать внимание на формирование и повышение лояльности к отечественным направлениям. Это возможно, с нашей точки зрения через учет психографических особенностей (а не демографических), а также через диверсификацию ассортимента туристских услуг как по географии, так и по разновидности типов времяпровождения, включая, например, поездки в виде детокс-туров, когда люди группами выезжают на природу (альпинистские восхождения, сплавы по бурным рекам и т.д.) или по святым местам (паломнические поездки). В это время сознательно не используются интернет-устройства, происходит наслаждение живой природой, личными коммуникациями, духовными практиками.

Библиографический список:

1. Муравьева О.С. Трансформация маркетинговых стратегий в туристической отрасли России на основе анализа потребительского спроса во время пандемии COVID-19 / О.С. Муравьева, Е.Н. Зиновьева, А.А. Масалимова // Вестник Удмуртского университета. Серия Экономика и право. 2021. Т. 31. № 6. С. 985-991.
2. Лингурян Н.В. Туризм в России в период и после пандемии / Н.В. Лингурян, С.А. Калинкина // Прорывные экономические реформы в условиях риска и неопределенности. сборник статей по итогам Международной научно-практической конференции. Стерлитамак, 2020. С. 65-67.
3. Короткая А.М. Особенности проведения маркетинговых исследований в туризме и их роль в период пандемии COVID-19 // Студенческий. 2020. № 40-1 (126). С. 90-93.

4. Гришина Т.В. Индустрия туризма: потери и приобретения в период пандемии / Т.В. Гришина, О.Л. Григорьева // Научное обозрение: теория и практика. 2021. Т. 11. № 2 (82). С. 613-621.

5. Гомилевская Г.А. Диверсификация туристской деятельности в условиях неопределенности внешней среды, связанной с эпидемией COVID-19 / Г.А. Гомилевская, Д.В. Соломонюк // Вестник Владивостокского государственного университета экономики и сервиса. 2021. Т. 13. № 1. С. 80-92.

6. Донскова Л.И. Исследование потребителей на рынке внутреннего туризма в период пандемии: предпочтения и тенденции / Л.И. Донскова, М.Ю. Маковецкий, А.Л. Баранников // Актуальные вопросы государственного, муниципального и корпоративного управления в сфере услуг. Т.17, №1 (103), 2023. С. 33-45.

7. Леонидова Е.Г. Оценка и прогноз внутреннего туристического потребления в России / Е.Г. Леонидова, М.А. Сидоров // Проблемы прогнозирования. № 1, 2023. С. 193-204.

8. Молчанов Н.Н. Маркетинг инноваций: учебник-практикум / под общ. ред. Н.Н. Молчанова. Москва: Изд-во «Юрайт», 2015. 528 с.

9. Ножка С.М. Поддержание и развитие туризма в российской федерации в период пандемии COVID-19: экспертный анализ. / С.М. Ножка, Ю.В. Пономарева, А.С. Морозова ГосРег: государственное регулирование общественных отношений. 2020. № 4 (34). С. 339-348.

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО ТУРИЗМА В РОССИИ

¹Нюренбергер Лариса Борисовна

²Петренко Никита Евгеньевич

²Маневич Яна Викторовна

¹ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия
доктор. экон. наук, профессор, заведующий кафедры Бизнеса в сфере услуг
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская 52/1
Тел: 8(383)246-95-15
E-mail: l.b.nyurenberger@nsuem.ru

²ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская 52/1
Тел: 8(383)246-95-15
E-mail: n.e.petrenko@edu.nsuem.ru

³ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия
аспирант кафедры Бизнеса в сфере услуг
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская 52/1
Тел: 8(383)246-95-15
E-mail: y.v.manevich@edu.nsuem.ru

Annotation. Under the current conditions, the sphere of sanatorium and resort services is considered as one of the significant segments of the domestic tourism industry. The article substantiates the problems of functioning and development of regions of tourist specialization, interregional sanatorium-resort complexes, individual tourist enterprises. Trends and prospects for the development of sanatorium-resort tourism are outlined, taking into account the current requests and needs of consumers.

Ключевые слова: туризм, санаторно-курортный туризм, медицинский туризм, курорт, туристская инфраструктура, инвесторы, потребители.

Keywords: tourism, sanatorium-resort tourism, medical tourism, resort, tourist infrastructure, investors, consumers.

Санаторно-курортный туризм в нашей стране является одним из наиболее важных сегментов индустрии туризма и гостеприимства. За последние годы, этот вид туризма получил новое развитие, благодаря наращиванию инвестиций в инфраструктуру курортов и санаториев, а также благоприятным тенденциям в развитии внутреннего туристского рынка.

В последние годы наблюдается значительный рост числа отелей, санаториев и курортов, оснащенных высококлассной инфраструктурой и современным оборудованием, что повышает привлекательность России для отдыхающих и путешественников со всего мира.

Одним из главных стимуляторов развития санаторно-курортного туризма в России является расширение и обновление инфраструктуры курортных зон. В настоящее время многие курортные территории нуждаются в модернизации, особенно в части создания новых гостиничных комплексов и технологического совершенствования санаторно-курортных организаций. Разработка и реализация инвестиционных проектов в этой сфере могут привлечь внимание инвесторов и создать новые рабочие места.

Стимулирование развития медицинского туризма может содействовать активизации санаторно-курортной сферы. Сейчас медицинский туризм является одним из наиболее быстро растущих сегментов мировой туристической индустрии, и Россия может успешно конкурировать в этой области.

Развитие технологий и возможности удаленной работы могут привести к росту спроса на долгосрочное проживание на курорте. Такие туристы могут совмещать работу и отдых, находясь в санатории в течение нескольких недель или месяцев. Это может стать особенно привлекательным для иностранных туристов, которые могут воспользоваться программами долгосрочного проживания, предоставляемыми курортами.

Развитие туристических маршрутов и путешествий в малоизвестные регионы России может привлечь больше туристов и способствовать расширению ассортимента туристических продуктов. Открытие новых курортных зон и маршрутов, направленных на здоровый образ жизни, экологический и культурный туризм, также может стать одним из ключевых факторов, которые могут повысить привлекательность России для зарубежных туристов.

В целом, развитие санаторно-курортного туризма в России в будущем будет зависеть от многих факторов, таких как политическая и экономическая стабильность в стране, инвестиционная привлекательность, уровень качества услуг и др. Однако, Россия имеет огромный потенциал для развития санаторно-курортного туризма, благодаря своим природным и культурным ресурсам, а также современным технологиям и профессионализму туристических компаний.

С учетом современных мировых тенденций, можно предположить, что санаторно-курортный туризм в России будет активно развиваться, что будет способствовать укреплению позиций России на мировом туристическом рынке, созданию новых рабочих мест и повышению уровня жизни населения в регионах, где развита курортная инфраструктура.

В последнее время в России происходят изменения, которые могут положительно повлиять на развитие санаторно-курортного туризма. Одной из таких тенденций является увеличение государственной поддержки курортных регионов. Например, в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» были выделены значительные средства на развитие инфраструктуры курортов, в том числе санаториев и профилакториев.

Ещё одним трендом является увеличение числа туристов, которые предпочитают отдых в России. Это связано с рядом причин, включая улучшение качества услуг, рост доходов населения, увеличение рекламной активности курортных регионов и т.д. За последние

годы число туристов, посетивших санатории и курорты России, увеличилось в несколько раз.

Также стоит отметить, что в последнее время становятся популярными медицинские туры. Кроме того, развитие цифровых технологий и интернета создает новые возможности для продвижения санаторно-курортного туризма. Онлайн-бронирование, интерактивные карты курортов и другие технологии могут помочь в продвижении санаторных комплексов и курортов, привлечении новых туристов и увеличении уровня их удовлетворенности услугами [8].

Внедрение инновационных медицинских технологий, создание специализированных санаторно-курортных центров по оказанию медицинских услуг, активизацию экономики частного инвестирования в этом секторе можно назвать существенными факторами для развития курортного хозяйства в нашей стране [7].

Несмотря на то, что у отечественной санаторно-курортной индустрии есть реальные перспективы, она сталкивается с проблемами, затрудняющими ее развитие.

1. Недостаточно развивается инфраструктура и оборудование в большинстве курортных комплексов. Как правило, санатории и курорты, которые не могут предложить должный уровень комфорта и безопасности, становятся менее привлекательными для потребителей. Кроме того, качество медицинского обслуживания и общего сервиса в санаториях также может негативно сказаться на динамике спроса на санаторно-курортные продукты.

2. Высокие цены на услуги санаториев и курортов, что делает санаторно-курортный туризм недоступным для определённых групп потребителей. Не все санатории обладают необходимыми ресурсами, чтобы предложить туристам высококачественные услуги за разумные деньги. Также, существует проблема неравномерности цен на услуги в различных регионах. В некоторых местах цены могут быть в разы выше, чем в других местах, что приводит к неравномерному развитию санаторно-курортного туризма в России. Это связано с различными факторами, такими как высокая стоимость оборудования и материалов для лечения, повышенные налоговые ставки и высокая стоимость аренды земли и зданий на курортах.

3. Нехватка квалифицированных кадров. Для качественной работы в сфере санаторно-курортного туризма требуются высококвалифицированные специалисты. Например, отсутствие медицинских работников с необходимой квалификацией может повлиять на результаты лечения и снизить эффективность лечебных программ.

4. Отсутствие в стране развитой системы маркировки и классификации санаторно-курортных объектов. Это приводит к тому, что туристы не могут выбрать санаторий или курорт, максимально соответствующий их запросам и потребностям, затрудняет привлечение зарубежных туристов, которые часто полагаются на международные стандарты при выборе места отдыха.

5. Отсутствие единой, эффективной стратегии по привлечению инвестиций в санаторно-курортную инфраструктуру. Непродуманная инвестиционная политика и отсутствие соответствующего законодательства могут отпугивать потенциальных инвесторов, что затрудняет развитие сферы. Кроме того, в России недостаточно развиты механизмы государственно-частного партнерства, которые могут быть эффективным инструментом для привлечения инвестиций. При этом санаторно-курортный комплекс России нуждается в серьёзных инвестициях, которые позволят обновить существующую инфраструктуру и создать новые современные объекты.

Проблемы экологии и сохранения природных ресурсов могут оказаться критическими для санаториев и курортов, деятельность которых зависит от природных факторов. Например, загрязнение водных и лесных ресурсов может уменьшить эффективность процедур и оказать негативное воздействие на здоровье гостей. Кроме того, недостаточное внимание к экологической составляющей может оттолкнуть экологически осознанных туристов, которые предпочитают отдыхать в экологически чистых местах.

Наконец, одной из острых проблем является недостаточная осведомленность населения о возможностях и преимуществах внутреннего санаторно-курортного туризма. Не все потребители знают о том, что в стране есть множество курортов и санаториев с высоким уровнем сервиса и высококачественными лечебными процедурами.

Для решения этой проблемы необходимо проводить масштабную работу по продвижению санаторно-курортного туризма, используя различные каналы информации и коммуникации, создавая информационные порталы и рекламные кампании в социальных сетях.

Библиографический список:

1. Афанасьева Г.А. Санаторно-курортная сфера в РФ: актуальность и перспективы / Г.А Афанасьева., Т.М Панченко // Проблемы региональной экологии – 2022. № 1, С. 139-141.
2. Бабанчикова О.А. Тенденции, проблемы и перспективы развития санаторно-курортного комплекса и лечебно-оздоровительного туризма в России / О.А Бабанчикова, А.А Клейман., М.С Оборин // Вестник национальной академии туризма – 2019. № 2(50), С. 17-21.
3. Балашова С.П. Рынок санаторно-курортных услуг: проблемы и перспективы развития // Экономика Профессия Бизнес – 2022. № 3, С. 32-39.
4. Баюнова А.Д. Проблемы развития лечебного туризма в России / А.Д Баюнова., Ю.Д Гирш, А.И Зырянов. // Актуальные проблемы развития туризма и индустрии гостеприимства – 2019, С. 189-193.
5. Бинецкая В.С. Проблемы развития санаторно-курортной деятельности в Российской Федерации / Актуальные вопросы состояния и развития рекреации, спортивно-оздоровительного и детско-юношеского туризма – 2020, С. 129-133.
6. Биржаков, М.Б. Введение в туризм – СПб., 2018. –237 с.
7. Бомберук И.Ю. Современное состояние и перспективы развития санаторно-курортной отрасли Российской Федерации / Аллея науки – 2020. №2(41), С. 194-198.
8. Вилков И.Н. Тенденции развития санаторно-курортного комплекса России / Московский экономический журнал – 2020. № 8, С. 333-346.
9. Горошко Н.В. Перспективы развития санаторно-курортного лечения в Новосибирской области на базе туристско-рекреационного кластера "Озеро Карачи" / Н.В. Горошко, Е.К. Емельянова. // Социальные аспекты здоровья населения – 2020.
10. Ковынева Л.В. Современные проблемы санаторно-курортной отрасли / Л.В. Ковынева, Д.А. Мочуляк. // Научно-техническое и экономическое сотрудничество стран АТР в XXI веке. – 2019. С. 327-330.
11. Курнявкин А.В. Современное состояние, проблемы, перспективы развития санаторно-курортного туризма: региональный аспект / Вестник РУК – 2021. № 4(46), С. 53-58.
12. Мурадов В.В. Проблемы развития санаторно-курортного комплекса в современных условиях / Теоретические и экспериментальные исследования в науке – 2020, С. 203-206.
13. Оборин М.С. Состояние и перспективы развития лечебного и спортивно-оздоровительного туризма в России / Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса – 2022. № 2(8), С. 57-65.
14. Фахуртдинова А.Р. Перспективы развития российского рынка санаторно-курортных услуг / Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства – 2021, С. 824-832.
15. Шеин Ю.П. Инновационные подходы к проектированию и созданию туристско-рекреационных зон / Уфа, Уфимская государственная академия экономики и сервиса. –2017. – 63 с.
16. Национальный проект Туризм и индустрия гостеприимства [Электронный ресурс]. – URL: <https://xn--80aarpmpcmchfmo7a3c9ehj.xn--p1ai/projects/turizm> (Дата обращения 27.03.2023).
17. Санаторий «Озеро Карачи». Официальный сайт курорта федерального значения с уникальными природными факторами [Электронный ресурс]. – URL: <https://okarachi.ru/ru/> (Дата обращения 28.03.2022).

СЕЗОННАЯ РЕКРЕАЦИОННАЯ НАГРУЗКА В ГОРОДАХ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ В АСПЕКТЕ ПРОФИЛАКТИКИ ЭНТЕРОВИРУСНЫХ ИНФЕКЦИЙ

Рафеенко Г.К.

ФГБОУ ВО Кубанский государственный
медицинский университет МЗ РФ, г. Краснодар, Россия.
Аспирант кафедры инфекционных болезней и эпидемиологии факультета повышения
квалификации и профессиональной переподготовки специалистов
350063, г. Краснодар, Россия ул. Митрофана Седина, 4
Тел. 8-918-387-66-02
E-mail: fguz_epid@mail.ru

Abstract. In the modern period of time, the attention of researchers in the world and in Russia is focused on a large group of non-polio enterovirus infections (NEVI), which often cause flare-up diseases mainly among children. The paper reflects the current problems of the risk of drift and prevention of further spread of the pathogens of the NEV in the high season with excessive anthropogenic load on the territory of the cities of the Krasnodar Territory.

Ключевые слова: туризм, неполиомиелитные вирусные инфекции, заносы, профилактика.

Keywords: tourism, drifts, non-polio viral infections, prevention

В глобальном мире путешествия стали неотъемлемым признаком современного экономически состоятельного человека, который, несмотря на рекомендации медицинского сообщества, не склонен следовать довольно простым правилам санитарии и гигиены и самоограничениям во время туристских поездок. Даже пандемия коронавирусной инфекции, начавшаяся в 2019 г. и продлившаяся до весны 2023 г., лишь на этот довольно непродолжительный период времени привела к снижению туристских потоков по наиболее привлекательным и эпидемиологически небезопасным направлениям. К середине 2022 г. международный и, особенно, внутренний туризм стал быстро восстанавливаться, а в Краснодарском крае превзошёл по количеству гостей показатели допандемийного периода.

Между тем, результаты недавних исследований свидетельствуют о том, что в структуре болезней, связанных с путешествиями, болезни органов пищеварения составляли 34%, лихорадочные – 23,3%, кожных покровов – 19,5%. При этом только 40,5% пациентов прошли перед путешествием медицинское консультирование [1,2]. В итоге туристами в места постоянного проживания регулярно и непреднамеренно осуществляются заносы возбудителей инфекционных болезней. Так, в августе 2018 г. Федеральная служба по надзору в сфере защиты прав потребителей и благополучия человека Российской Федерации уведомила население страны о высоком риске заноса энтеровирусной инфекции, обусловленной вирусом Коксаки, из Турции, особо акцентировав внимание туроператоров и туристов на тяжесть течения этой заразной болезни у детей.

Российские граждане заболели во время отдыха в восьми четырёх-пятизвёздочных отелях, расположенных в посёлках Кемер, Сиде, Аланья и Белек, наиболее популярных среди соотечественников. В итоге, дети с тяжёлыми формами клинического течения болезни были госпитализированы и в Турции, и в России (всего более 500 человек). Большинство случаев НЭВИ характеризуются лёгким течением, однако, проблемой для медицины при этой патологии является активная передача энтеровирусов от больных здоровым лицам при контакте между ними, при кашле и чихании, а также при употреблении инфицированной воды, пищи.

В Республике Коми в 2022 г. заболеваемость НЭВИ выросла более чем в 5 раз, что может обусловить вынос инфекции за пределы этого региона.

Описаны случаи вспышек НЭВИ в больницах среди детей раннего возраста с летальными исходами на Тайване в 2018 г., во Франции с 2022 г. по апрель 2023 г., источником инфекции для первого заболевшего ребёнка была его мама [3]. Вакцин против неполиомиелитных вирусов не существует, лечение больных осуществляют соответственно состоянию пациента и симптомам болезни. В связи с широким распространением НЭВИ и рисками заноса на территорию Краснодарского края из неблагополучных стран и регионов России, высокой восприимчивости детей к вирусам, а также тяжести болезни, актуальной задачей для здравоохранения региона и его субъектов является профилактика на местном и региональном уровнях.

Для выяснения рисков заноса НЭВИ на территорию Краснодарского края использованы статистические и эпидемиологические методы, проведены исследования особенностей размещения гостей в городах региона в течение всех сезонов года. Установлено, что наиболее активно эпидемический процесс по НЭВИ проявлялся в летний период времени с максимальными показателями заболеваемости детей в возрасте от 2 до 18 лет в 2013 г., 2017 г. – 2018 г. и самым высоким уровнем в 2019 г., коррелируя при этом с количеством положительных проб обнаружения вирусов в сточных водах. Показано, что подъёмы заболеваемости инфекциями, вызванными неполиомиелитными вирусами, следовали за притоками туристов, приезжавших в г. Сочи и регион в целом для участия в качестве зрителей в массовых международных мероприятиях, таких как XI международные Хоровые Игры (2017 г.); серии матчей Чемпионата мира по футболу (2018 г.). В 2013 г. беспрецедентная миграционная активность была обусловлена завершением строительства и вводом в строй инфраструктурных объектов, предназначенных для проведения XXII зимних Олимпийских и XI Паралимпийских игр в г. Сочи.

Примечательно, что наименьший прирост заболеваемости НЭВИ отмечен в эти годы в г. Анапе Краснодарского края, несмотря на то что именно этот курорт принимал самое большее количество детей разного возраста на отдых и санаторно-курортное лечение. Анализ размещения гостей г. Анапы позволил выявить отличительную особенность: подавляющее большинство приезжих граждан располагались в специализированных коллективных средствах размещения (к которым относятся санатории, пансионаты с лечением).

Таким образом, более низкий уровень проявления эпидемического процесса по НЭВИ в значительной степени обусловлен более высоким уровнем доступности медицинской помощи для приезжих детей вследствие их размещения в медицинских учреждениях – санаториях, где каждый ребёнок проходил плановый врачебно-клинический и эпидемиологический контроль, что позволило обеспечить своевременную диагностику, госпитализацию, лечение и профилактику инфекционных болезней. Очевидно, что наряду с выполнением нормативных требований по проведению санитарно-профилактических мероприятий на курортах Краснодарского края, необходимо повышать доступность медицинской помощи приезжим гражданам, особенно детям, для оказания клинко-диагностической помощи им в целях снижения заболеваемости НЭВИ, что позволит обеспечить эпидемиологическое благополучие по этой инфекционной патологии.

Библиографический список:

1. Baker D. Mc.A. Tourism and the Health Effects of Infectious Diseases: are there potential Risks for Tourists? Intern J. Security in Tourism Hospitality. 2015;1(12); 1-17.
2. Jernigan D.F., Hofman J., Cetron M.S. Outbreak of Legionnaires disease among cruise ships passengers exposed to a contaminated whirlpool spa. Lancet. 1996;347 (9000): 494-9.
3. ВОЗ, Новости о вспышках заболеваний. – URL: <https://www.who.int/emergencies/disease-outbreak-news/item/2023-DON469>

ИССЛЕДОВАНИЕ ЗДОРОВЬЕСБЕРЕГАЮЩЕГО ПОТЕНЦИАЛА МИНИ-ПОХОДОВ В РАБОТЕ С ДЕТЬМИ ДОШКОЛЬНОГО ВОЗРАСТА

Ховякова Анна Леонидовна

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия,
канд. пед. наук, доцент кафедры педагогического
и психолого-педагогического образования
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (918) 902-13-11
E-mail: khovyakova@yandex.ru

Abstract: The article substantiates the relevance of using mini-hikes as a means of health-saving preschool children. The specifics of conducting a mini-hike with children in a preschool organization are shown. The results of a study undertaken to study the effect of mini-hikes on the performance of functional systems of the body and the morbidity rate of preschool children are analyzed.

Ключевые слова: мини-поход, специфика проведения, здоровьесбережение, дети дошкольного возраста.

Keywords: mini-hike, specifics of the event, health care, preschool children

Дошкольный возраст характеризуется как период, в котором закладываются основы физического и психического здоровья, формируются первоначальные представления, привычки и отношение к здоровому образу жизни. Вместе с тем, данные исследователей свидетельствуют о существующих в современное время тенденциях: снижении уровня детского здоровья, увеличении болеющих хроническими заболеваниями детей, ухудшении показателей физического здоровья наряду с дефицитом двигательной активности детей и информационным перенасыщением среды [6].

В Федеральном государственном образовательном стандарте дошкольного образования отмечается важность «охраны и укрепления физического и психического здоровья детей, в том числе их эмоционального благополучия», «формирования общей культуры личности детей, в том числе ценностей здорового образа жизни формирования общей культуры личности детей, в том числе ценностей здорового образа жизни», «формирования социокультурной среды, соответствующей возрастным, индивидуальным, психологическим и физиологическим особенностям детей» [7, с. 4].

Таким образом, важными направлениями развития педагогической теории и практики заявлены здоровьесберегающие приемы, методы и технологии работы с детьми дошкольного возраста. Актуальность заявленной в статье проблематики подтверждается необходимостью уточнения методических аспектов организации детского туризма в работе с детьми дошкольного возраста. Необходимость разработки и конкретизации различных вопросов использования мини-походов объясняется очевидной целесообразностью комплексного оздоравливающего воздействия на детей и достижения большей результативности образовательного процесса.

Как показывают исследования Т.И. Оверчук, в силу возрастных особенностей дошкольников туристические походы нельзя рассматривать как вид детской деятельности. Туристический поход предполагает продолжительную по времени ходьбу с грузом и физические нагрузки в период путешествия. Для детей дошкольного возраста более доступным является мини-поход на территории детского сада – краткосрочное по времени нахождение на свежем воздухе с освоением простейших туристических навыков [5].

По данным С.И. Карабаевой мини-поход как здоровьесберегающая образовательная технология применяется редко, хотя привлекает педагогов своей необычностью и новизной [3].

Мини-поход обладает рядом характеристик: охват большого количества детей, участие независимо от группы здоровья, активный характер физической нагрузки. Интенсивность физических нагрузок в мини-походах варьируется в зависимости от возраста. Мини-поход может проводиться в любое время года. Также важной характеристикой является комплексное воздействие на организм природных факторов – солнца, воды и воздуха [8].

К достоинствам мини-похода, способствующих решению задач физического развития дошкольников, можно отнести:

- закаливание организма;
- укрепление сердечно-сосудистой системы;
- совершенствование физических качеств и основных видов движений;
- развитие ориентировки в пространстве;
- повышение уровня физической и двигательной подготовленности;
- улучшение показателей здоровья и снижение заболеваемости [2, 4, 8].

Помимо здоровьесберегающего потенциала мини-поход обладает возможностями в привитии детям интереса к здоровому образу жизни, воспитании эстетических чувств в процессе общения с природой, формировании морально-волевых качеств, самостоятельности дисциплинированности, организованности [8].

Здоровьесберегающей технологией мини-поход является по ряду оснований:

- 1) имеет конкретные четкие цели и задачи;
- 2) характеризуется наличием этапов;
- 3) предполагает достижение четко заданного результата.

Главной целью мини-похода является оздоровление детей, так как насыщенная двигательная деятельность детей способствует формированию выносливости, развитию функций дыхательной и сердечно-сосудистой систем, укреплению мышц нижних конечностей.

Мини-поход характеризуется наличием этапов (табл. 1).

Таблица 1 - Этапы мини-похода (по С.И. Карабаевой)

1 этап - подготовка	2 этап - проведение	3 этап - подведение итогов
Обсуждение одежды и подготовка снаряжения. Придумывание девиза и эмблемы.	Прохождение намеченного маршрута. Действия в соответствии с темой похода.	Рисование, изготовление поделок, составление и т.п. после мини-похода.

На первом этапе идет подготовка к проведению мини-похода. Обсуждается маршрут предстоящего похода; одежда, необходимая юным туристам; дети рисуют эмблему, придумывают девиз и т.д.; о походе сообщается родителям.

В подготовке активного отдыха принимают участие родители, спонсоры. На активный досуг могут быть приглашены не только воспитанники детского сада, но и члены их семей, известные спортсмены, знаменитые люди.

На втором этапе дети непосредственно проходят намеченный маршрут. Детям рассказывается о том, зачем и по какому маршруту предстоит пойти, предлагается проверить состояние снаряжения.

Дети отправляются по разработанному маршруту. Обычно мини-поход длится не более 40 минут и включает в себя 1-3 перехода с кратковременными привалами для отдыха по 5-10 минут. При передвижении детям встречаются на пути естественные и специально сооруженные препятствия.

В качестве ведущего может быть включен игровой персонаж, который сопровождает детей и предлагает:

- поиграть в хорошо знакомые подвижные и дидактические игры;
- выполнить имитационные движения, подражая птицам, животным и насекомым;
- выполнить общеразвивающие упражнения в игровой форме;

- преодолеть полосу препятствий (пеньки, ветки, горки);
- выполнить основные виды движений;
- провести наблюдение в природе или собрать природный материал;
- побеседовать о природе с использованием художественного слова и т.п.

В конце мини-похода детям предлагаются более спокойные упражнения на расслабление организма и стабилизацию состояния. Например, после активной деятельности для гиперактивных детей, чтобы снять расторможенность, используются упражнения в равновесии, для утомившихся детей – используются упражнения дыхательной гимнастики и т.п.

На третьем этапе с воспитанниками проводится работа по составлению фотоотчёта о мини-походе, вместе с детьми рисуются рисунки, изготавливаются поделки, сочиняются рассказы и др.

Использование мини-походов в работе с детьми влияет на работоспособность функциональных систем организма и уровень заболеваемости детей дошкольного возраста, что было подтверждено результатами экспериментальной работы на базе МДОБУ ДС № 120 города Сочи. Экспериментальная работа проводилась в старших дошкольных группах (40 чел.) с октября 2022 года по март 2023 года и предполагала оценку здоровьесберегающего потенциала мини-походов по следующим показателям здоровья:

- 1) показатели сердечно-сосудистой системы;
- 2) показатели дыхательной системы (жизненная емкость легких);
- 3) уровень заболеваемости детей (т.е. специфическая (иммунная) и неспецифическая устойчивость к действию повреждающих факторов).

Для оценки состояния сердечно-сосудистой системы использовались показатели:

- систолическое давление,
- диастолическое давление,
- пульсовое давление.

По частоте пульса и пульсовому давлению рассчитывался коэффициент выносливости: $KB = П \times 100 / ПД$, где П - пульс, ПД - пульсовое давление.

В норме коэффициент выносливости для детей 6-7 лет равен 23.

Наряду с перечисленными параметрами для оценки состояния организма мы использовали функциональные пробы:

- 20 приседаний за 30 секунд. Результат подсчитывался по степени учащения пульса и по времени возвращения показателей к исходным величинам. В норме пульс учащается на 20-50%, дыхание на 4-6 ед. в мин. Показатели должны вернуться к исходным через 2 минуты;

- степ-тест (подъем на ступеньку). Для диагностики используется дозированная физическая нагрузка: восхождение на ступеньку в течение 2 мин с частотой 30 подъемов в одну минуту. Увеличение пульса на 15-20% при нагрузке по отношению к исходному уровню соответствуют норме.

Изучение состояния дыхательной системы организма проводилась на основе определения жизненной емкости легких (ЖЕЛ). Показатели ЖЕЛ для данной возрастной группы составляют в среднем 1100 - 1300 мл.

Определение уровня заболеваемости осуществлялось посредством вычисления индекса здоровья по формуле:

Число ни разу не болевших детей в течение отчетного периода \times 100 средняя численность детей за отчетный период.

В процессе экспериментальной работы была реализована серия проектов, по результатам экспериментальной работы получены следующие диагностические данные.

В экспериментальной группе коэффициент выносливости увеличился на 30 %. В контрольной группе результаты также изменились, но в меньшей мере – коэффициент выносливости увеличился на 10 % (рис.).

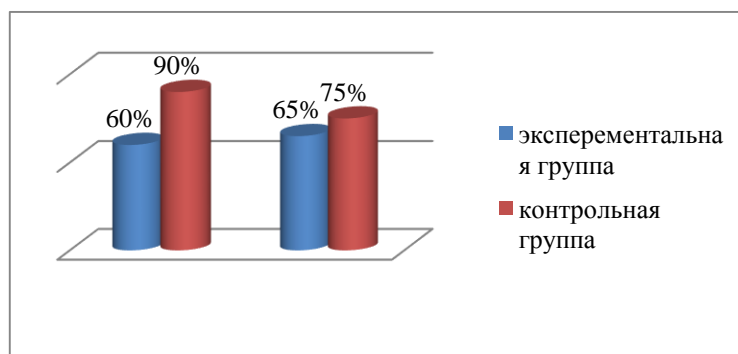


Рисунок – Сопоставительный анализ коэффициента выносливости в экспериментальной и контрольной группах детей

По результатам *теста с приседаниями* в экспериментальной группе количество детей, у которых пульс участился выше нормы на 11 %, а дыхание на 3 ед. в мин., значительно сократилось (на 6 детей). По итогам *стен-теста* в экспериментальной группе пульс поднялся выше нормы на 29 % только у 4 детей (20 %). В контрольной группе также произошли изменения, но менее значимые, пульс поднялся выше нормы у 12 детей (60 %).

По результатам повторного исследования ЖЕЛ детей показатели ЖЕЛ в экспериментальной группе улучшились у 30% детей на 50 мл., у 50% - на 100 мл., у 20% - на 150 мл.

Среднее значение ЖЕЛ в данной группе составило $1570 \pm 46,2$ мл, прирост показателя ЖЕЛ - 90 мл. В контрольной группе детей прирост был значительно ниже и составил 50 мл.

Также на контрольном этапе эксперимента нами были проанализированы показатели уровня заболеваемости в экспериментальной и контрольной группах (табл. 2).

Таблица 2 - Показатели уровня заболеваемости в экспериментальной и контрольной группах детей

Показатели	Констатирующий этап эксперимента		Контрольный этап эксперимента	
	ЭГ	КГ	ЭГ	КГ
Число пропусков д/дней по болезни	4,8	3,5	3,2	3,4
Число пропусков на одного ребенка	2,5	1,9	1,7	1,8
Число часто болеющих детей	3	4	3	4
Число ни разу не болевших детей	17	15	12	14
Показатель индекса здоровья	85	75	60	70

Как видно из таблицы, в экспериментальной группе показатель заболеваемости снизился на 25 % (согласно индексу здоровья), в контрольной группе – на 5 %.

Таким образом, экспериментальные данные подтвердили комплексное оздоравливающее влияние мини-походов на детей. Высокая двигательная активность на воздухе обеспечивает повышение работоспособности функциональных систем организма. Сочетание физических упражнений на открытом воздухе в условиях постоянно меняющихся метеорологических условий способствует закаливанию и снижению уровня заболеваемости детей.

Библиографический список:

1. Бочарова, Н. И. Туристские прогулки в детском саду: пособие для практ. работников дошк. образоват. учреждений / Н. И. Бочарова. – М.: АРКТИ, 2004. – 114 с.
2. Завьялова, Т. П. Теоретические и методические основы организации различных видов деятельности детей. Туризм в детском саду: учебное пособие для среднего профессионального образования / Т. П. Завьялова. – М.: Юрайт, 2023. – 228 с.

3. Карабаева, С. И. Основные подходы к использованию здоровьесберегающих технологий в дошкольном образовании / С. И. Карабаева. // Начальная школа плюс до и после. – 2011. – № 3. – С. 51–54.
4. Туризм в детском саду: учебно-методическое пособие / под ред. Кузнецовой С. В. – М.: Обруч, 2013. – 208 с. – Текст: непосредственный.
5. Оверчук, Т. И. Здоровье и физическое развитие детей в дошкольных образовательных учреждениях: проблемы и пути оптимизации. – М.: Гном-Пресс, 2004.
6. Ошкина, А. А. Формирование основ здорового образа жизни у старших дошкольников: специальность 13.00.07 «Теория и методика дошкольного образования (по педагогическим дисциплинам)»: автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата педагогических наук / А.А Ошкина; Тольяттинский государственный университет. – Санкт-Петербург, 2009. – 26 с. Библиогр.: с. 23-25. – Место защиты: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена.
7. Федеральный государственный образовательный стандарт дошкольного образования: Письма и приказы Минобрнауки. – М.: ТЦ Сфера, 2014. – Текст: непосредственный.
8. Филонова, М. «Тропа здоровья»: мини-походы в условиях Южного региона / М. Филонова. // Дошкольное воспитание. – 2011. – № 11. – С. 42–45.

ОСОБЕННОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ И ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ САНАТОРНО-КУРОРТНОГО КОМПЛЕКСА СТАВРОПОЛЬСКОГО КРАЯ

¹**Чудновский Алексей Данилович**
²**Агасиев Марат Гудретович**

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
доктор экон. наук, профессор, заведующий кафедрой управления в международном
бизнесе и индустрии туризма, директор Института управления персоналом, социальных и
бизнес-коммуникаций
109542 г. Москва, Рязанский пр-т, 99
Тел. 8(495)3777788
E-mail: chudnovskiy@guu.ru

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
соискатель
109542 г. Москва, Рязанский пр-т, 99
Тел. 8(495)3777788

Annotation. The article is devoted to the peculiarities of the activity of the sanatorium-resort complex of the Stavropol Territory. Statistical data on the tourist flow over the past few years are presented, as well as analytical information on the hotel fund, implemented investment projects of sanatorium-resort and hotel destination. The paper focuses on the development of health tourism as a priority area. The problems of functioning of the sanatorium-resort complex of the Stavropol Territory, as well as possible directions of their solution, are revealed.

Ключевые слова: санаторно-курортный комплекс, Ставропольский край, здоровье населения, туристско-рекреационный комплекс, ресурсы.

Keywords: sanatorium-resort complex, Stavropol Territory, public health, tourist and recreational complex, resources.

Санаторно-курортный комплекс Российской Федерации обладает уникальными возможностями для оздоровления нации, являясь составной частью социальной политики государства и системы здравоохранения и выступая при этом перспективной и значимой составляющей экономической сферы государства.

Функции санаторно-курортного комплекса не ограничиваются организацией физического и психологического отдыха. Деятельность санаториев помогает восстановить уровень работоспособности граждан. Одной из первоочередных задач, стоящих перед

страной, является повышение темпов экономического роста в краткосрочной перспективе, чем объясняется необходимость поддержания рабочей силы в здоровой форме.

Важность проведения эффективной государственной политики в области охраны здоровья населения подтвердила пандемия COVID-19. Однако экономическая ценность санаторно-курортной деятельности и необходимость безотлагательного решения проблем её развития на государственном уровне, обусловленная высоким уровнем общей смертности и заболеваемости населения, его старением, были очевидны и ранее, с чем сопряжено утверждение в 2018 году «Стратегии развития санаторно-курортного комплекса Российской Федерации», приоритетным направлением которой является повышение качества и доступности санаторно-курортного лечения, создание современного санаторно-курортного комплекса [3].

Решению подлежат следующие острые проблемы:

- межведомственная разобщенность [3];
- несовершенство нормативно-правовой базы;
- износ материально-технической базы курортов;
- дефицит квалифицированных кадров в области курортологии -науки, изучающей лечебные свойства природно-климатических факторов, их воздействие на организм человека;
- отсутствие грамотных управленческих команд на всех уровнях управления данной отраслью [1];
- отсутствие централизованного механизма продвижения санаторно-курортного комплекса;
- подмена истинных целей санаторно-курортного лечения.

Рассмотрим особенности функционирования санаторно-курортных комплексов России на примере объектов Ставропольского края, который является одним из крупнейших в России курортным и туристским регионом, имея выгодное географическое расположение и значительный туристско-рекреационный потенциал.

Для Ставропольского края характерна тенденция к росту туристского потока. В 2017 году поток туристов в регион составил 1, 42 млн. человек, в 2018 году – 1,43 млн. человек, в 2019 году – 1,61 млн. человек [2]. В 2020 году поток резко сократился и составил 572 тыс. человек, что объясняется сложной санаторно-эпидемиологической ситуацией, которая особенно сильно повлияла на сферу туризма [2]. Однако уже в 2021 году наметился рост туристского потока в регион (1, 34 млн. человек) [2]. В 2022 году турпоток в санаториях Ставрополья превысил допандемийные показатели и составил 1,7 млн человек., что на 100 тыс. чел. больше рекордного 2019 года [2].

Туристскую индустрию Ставрополья в настоящее время представляют 50 туроператоров и 247 турагентств [2]. На территории региона функционируют 125 санаториев, 495 гостиниц, 18 пансионатов, 33 базы отдыха, 5 клиник [2]. Гостиничный фонд продолжает ежегодно обновляться и пополняться современными объектами.

Так, в 2022 году был реализован 21 инвестиционный проект санаторно-курортного и гостиничного назначения, общая стоимость которых составила более 3 млрд. рублей.

В 2023 году запланирована реализации 21 инвестиционного проекта санаторно-курортного и гостиничного назначения, общая стоимость которых оценивается в 15 млрд. рублей. Наиболее крупными проектами выступают такие, как санаторно-курортный комплекс премиум-класса «Питергоф» в Кисловодске, реконструкция санатория «Кисловодск», строительство санатория «Русель».

Ставропольский край представлен в курортном фонде Российской Федерации мощным курортным регионом Кавказские минеральные воды (КМВ), который включает такие курорты, как Пятигорск, Кисловодск, Ессентуки, Железноводск и Кумагорск, каждый из которых имеет свой профиль [2]. Гостям курортов предлагается множество современных оздоровительных и лечебно-восстановительных программ, возможность пройти обследование на современном лечебно-диагностическом оборудовании. Регион способен привлекать турпотоки и лидировать в сфере лечебно-оздоровительного туризма, который является одним из самых перспективных направлений туристско-рекреационного комплекса Ставропольского края.

Кроме бальнеотерапии, важными видами оздоровления и лечения являются такие его инновационные формы, как климатотерапия, ландшафтотерапия, аэротерапия, что позволяет круглогодично предоставлять санаторно-курортные услуги.

Таким образом, можно отметить, что Ставропольский край обладает следующими преимуществами для дальнейшего развития лечебно-оздоровительного туризма:

- огромное количество запасов минеральных вод, термальных источников и грязей;
- разнообразие природных ландшафтов;
- благоприятный климат, используемый для климатотерапии;
- богатый историко-культурный потенциал;
- разнообразие памятников природы, заповедников и заказников;
- разнообразие флоры и фауны;
- наличие большого количества водных ресурсов, в том числе с лечебными грязями;
- возможность круглогодичного отдыха на территории региона благодаря мягкой зиме и теплому лету и др.

На популярность курортов оказывает большое влияние развитая транспортная инфраструктура, представленная железнодорожным, воздушным и автомобильным транспортом. В Ставропольском крае функционируют более 30 автовокзалов и автостанций, 7 железнодорожных вокзалов и станций, 2 международных аэропорта (международный аэропорт им. А.В. Суворова "Ставрополь" и международный аэропорт им. М.Ю. Лермонтова "Минеральные Воды") [2].

Наряду с развитием санаторно-курортного комплекса Ставропольского края возникают и проблемы, которые могут его тормозить. Эти проблемы ничем не отличаются от тех, что были сформулированы выше для санаторно-курортного комплекса Российской Федерации в целом.

Рассмотрим основные направления по их решению и повышению тем самым инвестиционной привлекательности санаторно-курортного комплекса:

- обновление материально-технической базы санаторно-курортных комплексов;
- повышение профессионального уровня кадров в сфере туризма и индустрии гостеприимства с целью преодоления дефицита специалистов рекреационного профиля;
- системное продвижение санаторно-курортных комплексов путем участия в мероприятиях в сфере туризма, размещения информации в СМИ; проведения крупных событийных мероприятий;
- применение механизмов государственно-частного партнёрства в развитии санаторно-курортной инфраструктуры;
- создание благоприятного инвестиционного климата;
- применение передовых технологий в строительстве, реконструкции зданий, лечении, сервисах;
- совершенствование регионального нормативно-правового регулирования в сфере туризма с учетом современных вызовов.

Кроме того, имеются возможности и для развития других видов туризма. Рассмотрим краткую характеристику каждого из них, ведь их развитие способно увеличить туристический поток на КМВ, повысить имидж и помочь региону выйти на новый уровень [4]:

1. Паломнический туризм. Территория Ставрополя представлена разнообразием святых мест. Основными объектами паломничества являются Успенский Второфонский Бештаугорский мужской монастырь на горе Бештау, который был восстановлен в 2001 году; Свято-Георгиевский женский монастырь на горе Дубровка; храмовый комплекс «Святой град Иерусалим» в Ессентуках и Покровский храм города Минеральные Воды (мощи Феодосия Кавказского). В соответствии со стратегий развития туризма Ставропольского края паломнический туризм является одним из приоритетных видов туризма для развития.

2. Деловой туризм. Ставрополь, Невинномысск и Пятигорск – наиболее активные центры данного вида туризма, который активно развивается за счёт уникального географического и транспортного положения Ставропольского края: через него проходит основной транзитный поток грузов и пассажиров из республик Северного Кавказа, Поволжья и Закавказских государств (Азербайджан, Грузия) и все основные коммуникации

(Запад - Восток и Север – Юг). В регионе расположен современный многофункциональный выставочный комплекс «МинводыЭКСПО». Кроме того, в 2021 году Правительство Ставрополья и Ассоциация «Национальное конгресс-бюро» заключили соглашение сотрудничества в развитии края как центра делового и событийного туризма. Данная инициатива позволит увеличить турпоток в регион.

3. Событийный туризм. В Ставропольском крае проводится большое разнообразие самых разных мероприятий. В 2022 году удалось вернуть все мероприятия, проводимые еще до пандемии COVID-19. К числу наиболее ярких можно отнести такие, как фестиваль целебной грязи «Железная грязь», фестиваль скифской цивилизации «Наследие степей и гор», межрегиональный фестиваль туризма «Туристское Ставрополье» и др. Драйвером развития событийного туризма могут выступать спортивные мероприятия, проводимые с учетом региональных особенностей. Распространяются мероприятия этнографического характера.

4. Экологический туризм. Наличие на территории Ставропольского края более 100 памятников природы, заповедников и заказников, а также его роль как емкого хранителя растительного генетического фонда (более 2400 видов растений) позволяет предоставлять услуги экологического туризма.

5. Культурно-познавательный туризм. Основой для развития данного туризма является богатое литературное и историческое наследие: Андроповский районный краеведческий музей, Государственный музей-заповедник федерального значения М.Ю. Лермонтова, Ессентукский историко-краеведческий музей им. В.П. Шпаковского, театр-музей «Благодать» в Кисловодске и др.

6. Сельский туризм. Ставрополье — это сельскохозяйственный регион, чем обусловлено выделение сельского вида туризма в качестве приоритетного вида туризма, который также может выступать стимулом для привлечения туристов в регион.

7. Этнографический туризм. Ставропольский край отличается пёстрым этническим составом населения, что позволяет развивать данное направление путем, например, посещения этнических поселений, где по-прежнему сохранились традиции быта и культуры.

8. Экстремально-спортивный туризм. Регион ориентирован на развитие рафтинга, велопутешествий, альпинизма, конных и пеших прогулок, спелеотуризма.

Таким образом, Ставропольский край действительно обладает огромным ресурсным потенциалом, формирующим конкурентные преимущества на рынке санаторно-курортных услуг. Актуальной задачей является дальнейшее продвижение санаторно-курортного комплекса края, ведь туризм, выступая самостоятельной отраслью экономики Ставропольского края, способствует повышению благосостояния населения. Необходимо содействовать формированию устойчивого механизма развития санаторно-курортных услуг, предусматривая постоянное расширение объема предоставляемых услуг и повышение их качества, удовлетворяя тем самым потребности населения в охране и восстановлении здоровья.

Библиографический список:

1. Баснина Т.Д. Управление российским санаторно-курортным комплексом: основные проблемы и тенденции развития/ Т.Д. Баснина, Л.А. Валитова, М.Ю. Шерешева // Управленец. – 2021. - Т. 12. - № 1. - С. 62–77.

2. Туристский информационный центр Ставропольского края [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://stavtourism.ru/> (дата обращения: 19.04.2023).

3. Фесюн А.Д. Перспективы развития санаторно-курортной отрасли Российской Федерации / А.Д. Фесюн, М.Ю. Яковлев, Я.А. Литвинюк // Вопросы курортологии, физиотерапии и лечебной физической культуры. 2020. - № 97(4). – С. 52-57.

4. Таранова И. В. Основные тенденции развития туристско-рекреационной деятельности на территории Ставропольского края / И. В. Таранова, И. М. Подколзина // Вестник Института дружбы народов Кавказа (Теория экономики и управления народным хозяйством). Экономические науки. – 2018. – № 2(46). – С. 15.

МОТИВАЦИОННЫЕ ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА. MOTIVATIONAL FACTORS OF MEDICAL TOURISM DEVELOPMENT

^{1,2}Доника Алена Димитриевна
^{3,4}Щекин Геннадий Юрьевич
⁵Тронева Виктория Евгеньевна

¹ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет»,
г. Волгоград, Россия
заведующий кафедрой философии, биоэтики и права с курсом социологии медицины,
доктор социол. наук, профессор
400131, Россия, г. Волгоград, площадь Павших Борцов, д. 1.
Тел.: 8 (8442) 38-53-25
E-mail: addonika@yandex.ru

²ГБУ «Волгоградский медицинский научный центр»
старший научный сотрудник лаборатории этической, правовой и социологической
экспертизы в медицине
400131, Россия, г. Волгоград, площадь Павших Борцов, д. 1.
Тел.: 8 (8442) 38-53-90
E-mail: addonika@yandex.ru

³ФГБОУ ВО «Волгоградский государственный медицинский университет»,
г. Волгоград, Россия
профессор кафедры философии, биоэтики и права с курсом социологии медицины доктор
социол. наук, доцент
400131, Россия, г. Волгоград, площадь Павших Борцов, д. 1.
Тел.: 8 (8442) 38-53-25
E-mail: Alfa-001@yandex.ru

⁴ГБУ «Волгоградский медицинский научный центр»
заведующий лабораторией этической, правовой и социологической экспертизы в медицине
400131, Россия, г. Волгоград, площадь Павших Борцов, д. 1.
Тел.: 8 (8442) 38-53-90
E-mail: Alfa-001@yandex.ru

⁵Заместитель председателя комитета здравоохранения Волгоградской области,
администратор регионального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг
(Волгоградская область)», г. Волгоград, Россия
400119, Россия, г. Волгоград, ул. Туркменская, д. 6.
Тел.: 8 (8442) 30-99-95
E-mail: V_Troneva@volganet.ru.

Abstract. The article deals with the following issues: globalization and integration of the economic, political and information space, which have led to changes in the tourism industry; medical tourism as a promising area of modern health care; implementation of the federal project "Development of the export of medical services", part of the national project "Healthcare"; problems of professional competence of specialists in the field of medical tourism; scientific contribution to the optimization of modern administration of the medical services market.

Ключевые слова: здоровье, лечащий врач, медицинская организация, медицинский туризм.

Keywords: health, attending physician, medical organization, medical tourism.

Популярность медицинского туризма обусловлена его высокими темпами роста доходов, позитивно влияющими на экономику значительного числа стран во всем мире. Сегодня наблюдается формирование новой концепции глобального здравоохранения, основанной на мобильности пациента в случае отсутствия возможности получения необходимой медицинской помощи в стране постоянного проживания, пациент может самостоятельно выбрать медицинскую организацию частного или государственного сектора со своим реестром медицинских услуг и квалифицированным персоналом [1].

По данным Международной ассоциации медицинского туризма, около 11 миллионов туристов ежегодно путешествуют за медицинской помощью. Формирование глобального рынка медицинских услуг со своей инфраструктурой демонстрируют официальные статистические показатели Международного научно-исследовательского центра здравоохранения, согласно прогнозам которого сектор коммерческих медицинских услуг к 2025 году достигнет оборота в 3 трлн. долларов США. Сегодня этот рынок оценивается в 439 млрд. долларов США и включает развивающуюся инфраструктуру как туристического профиля, так и здравоохранительного [2].

Важность развития рассматриваемого направления для отечественного здравоохранения и экономики страны в целом отмечает Президент Российской Федерации В.В. Путин. В рамках Указа Президента страны «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 7 мая 2018 года № 204 правительству дано поручение увеличить до 2024 года объем экспорта медицинских услуг не менее чем в четыре раза по сравнению с 2017 годом, доведя объем этого рынка до одного миллиарда долларов США в год [3].

Федеральный проект «Развитие экспорта медицинских услуг» является частью национального проекта «Здравоохранение» [4]. План мероприятий по реализации «Стратегии развития экспорта услуг до 2025 года» предполагает возможность увеличения экспорта медицинских услуг в Российской Федерации за счет решения следующих задач: преодоление языковых барьеров, в частности связанных с получением услуг на иностранном языке и обучением медицинского персонала; оказание финансовой помощи экспортерам медицинских услуг, включая возмещение затрат на международную аккредитацию и сертификацию; цифровизация медицинского сектора, связанная с оцифровкой медицинских карт, использованием больших данных, а также с развитием телемедицины; продвижение российских поставщиков медицинских услуг и их продуктов за рубежом; обновление устаревшего санаторно-курортного фонда; преодоление административных барьеров, связанных с получением виз для медицинских целей; решение вопроса трансграничного медицинского страхования.

Национальный сектор медицинского туризма сегодня является привлекательным для зарубежных туристов в силу широкого спектра исторических локаций и ростом медицинских технологий в широком спектре нозологий.

Мотивация к поиску медицинской помощи за рубежом носит неоднозначный не всегда экономический характер. Например, причины медицинского туризма могут быть обусловлены легитимными ограничениями в национальной системе здравоохранения: в ряде стран с доминирующего ислама запрещены медицинские аборты. В литературе описаны случаи медицинского туризма в страны, где легализована эвтаназия.

В качестве специфических инициаций медицинского туризма рассматриваются примеры оказания медицинских услуг в области акушерства, пластической хирургии с целью нераспространения (скрытия) частной информации. К медицинскому туризму склонны обладатели двойного гражданства, имеющие доступ к медицинским ресурсам разных стран и возможности выбора.

Анализ официальных источников открытых баз данных позволяет определить основные мотивационные факторы медицинского туризма в России для зарубежных туристов:

- минимальные риски дефектуры медицинской помощи;
- высококвалифицированный кадровый состав медицинских специалистов с высокими репутационными характеристиками;

- высокотехнологичная и доступная диагностика;
- высокие показатели эффективности лечения;
- персонализированный подход к пациенту;
- широкий нозологический диапазон медицинских услуг [5].

Структура нозологии по критерию востребованности у зарубежных туристов медицинской помощи в России демонстрирует приоритетный поиск медицинских услуг в области стоматологии, который в 2 раза превышает аналогичные показатели в области гинекологии и урологии и в четыре – в области офтальмологии и пластической хирургии (рис. 1) [6].

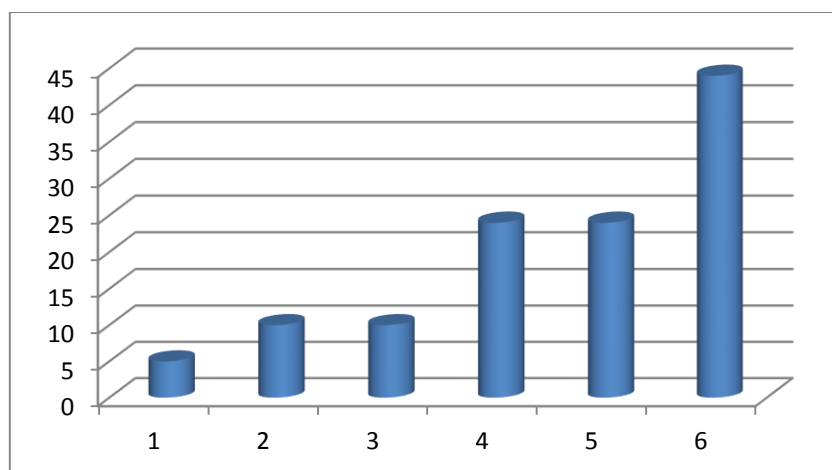


Рис. 1. Структура нозологии по критерию востребованности у зарубежных туристов

(Прим.: По оси ординат – число случаев запроса медицинских услуг (в процентах). По оси абсцисс – сектор нозологии: 1 – кардиология, 2 – офтальмология, 3 – пластическая хирургия, 4 – гинекология, 5 – урология, 6 – стоматология)

Анализ структуры зарубежных медицинских туристов показал, что в Россию чаще всего приезжают пациенты из стран бывшего СССР (Азербайджанская Республика, Республика Армения, Республика Беларусь, Республика Узбекистан, Республика Таджикистан и др), а также Юго-Восточной Азии (Северная Корея, Вьетнам, Китай) и Ближнего Востока. Медицинские туристы из Европы чаще являются мигрантами из России и стран бывшего СССР, мотивацией которых являются наличие семейных, дружеских связей в России, с предметным и доверительным информированием, определенной ностальгией.

В качестве позитивной динамики в области развития медицинского туризма в последнее время отмечается рост внутреннего направления - поездки в другой регион с целью получения необходимой медицинской помощи. Вынужденная мобильность пациентов обусловлена рядом факторов дефицитной направленности (оборудования, сопровождающих медикаментозных средств, диагностических структур, высококвалифицированных кадров), а также низкоэффективный здравоохранительный менеджмент и отсутствие должной поддержки региональных органов власти. Привлечение к обсуждению граждан нашей страны обусловлено действующим законодательством Российской Федерации. Статья 1 Федерального закона «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ закрепила понятие «внутренний туризм», согласно которой это туризм в пределах территории Российской Федерации лиц, постоянно проживающих в Российской Федерации.

Важность развития медицинского туризма определяется растущей значимостью выбранного направления в различных социальных сферах, прежде всего в экономической, поскольку медицинский туризм является высоко профитным видом бизнеса. Положительный эффект в политической сфере определяют межэтнические и

международные отношения, взаимный интерес и толерантность, сопровождающие туристические поездки с медицинскими целями. Расширению международных и межличностных отношений способствуют поездки с целью лечения, особенное значение приобретают льготы для детей, пожилых людей, инвалидов, позволяющие повысить качество жизни уязвимых групп населения.

Развитие медицинского туризма инициирует повышение профессионального уровня специалистов и здравоохранительного менеджмента, стимулирует репутационный рост национального здравоохранения на международном рынке медицинских услуг.

Наблюдаемый сегодня рост медицинского туризма в таких странах как Израиль, Германия, Таиланд, Китай, Южная Корея, Индия, Швейцария безусловно, способствует оживлению рассматриваемого рынка и в Российской Федерации, что безусловно приведет к росту конкуренции, а, как следствие, повышению качества оказания медицинской помощи.

Библиографический список:

1. Щекин Г. Ю. Региональные возможности и этические риски медицинского туризма (на примере Волгоградского региона) / Г. Ю. Щекин, М. В. Реймер, К. В. Иванов. // Биоэтика. – 2021. – № 2. – С. 39-42.

2. Щекин Г. Ю. Экспорт медицинских услуг в России: декларации и возможности / Г.Ю. Щекин. // Размышления о человеке: коллективная монография. – Волгоград: Изд-во ВолгГМУ, 2020. – С. 90-98.

3. Указа Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 7 мая 2018 года № 20 – Текст: электронный // Информационная система «Гарант»: [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/71937200/#friends> (дата обращения 10.04.2023).

4. Паспорт национального проекта «Здравоохранение» (утв. президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам, протокол от 24 декабря 2018 г. N 16) – Текст: электронный // Информационно-правовой портал «Гарант.Ру»: [сайт]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72085920/>. (дата обращения 11.04.2023).

5. Медицинский туризм в России: Федеральный проект «Развитие экспорта медицинских услуг»: [сайт]. URL: <https://russiamedtravel.ru/ru/meditsina-v-rossii>. (дата обращения 19.04.2023). – Текст: электронный.

6. Экспорт медицинских услуг. Каковы перспективы экспорта медуслуг в России – Текст: электронный // Контур: [сайт]. – URL : <https://www.b-kontur.ru/enquiry/621-eksport-medicinskih-uslug> (дата обращения 19.04.2023).

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 3
«ПРОСТРАНСТВЕННОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ ИНФРАСТРУКТУРЫ
ГОРОДОВ-КУРОРТОВ, ВЛИЯНИЕ ТУРИЗМА НА РАЗВИТИЕ ТЕРРИТОРИЙ
И ИНФРАСТРУКТУРЫ ДЕСТИНАЦИЙ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»

ПОВЫШЕНИЕ ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЯ С ПОМОЩЬЮ РЕАЛИЗАЦИИ
ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ

¹Вербин Юрий Иванович
²Кукса Дарья Владимировна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры «Экономика и финансов»
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
+7 (862) 268-25-84
E-mail: verbinui@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
магистрант кафедры «Экономика и финансов»
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
+7 967 323 02 54
E-mail: kuksihi@gmail.com

Annotation. The article highlights the main aspects of the implementation of an effective environmental policy. The purpose of this article is to highlight the main concepts of environmental policy, which can significantly reduce the impact on the environment and contribute to sustainable development. The measures that enterprises can take to implement environmental policy are considered. This article may be of interest to researchers of tourism, economics, as well as undergraduates and postgraduates.

Ключевые слова. Экологическая политика, перспективы развития, потенциал предприятия, окружающая среда.

Keywords. Environmental policy, development prospects, enterprise potential, environment.

Потенциал предприятия — это способность организации решать бизнес-задачи и возможности, а также создавать устойчивую ценность в долгосрочной перспективе. Он охватывает различные аспекты, такие как финансовые, операционные, человеческие и технологические ресурсы, а также организационную культуру и стратегическое направление компании.

Одним из ключевых элементов потенциала предприятия является способность организации вводить новшества и адаптироваться к изменяющимся рыночным условиям. Это требует сочетания творчества, гибкости и готовности идти на риск и исследовать новые возможности.

Еще одним важным аспектом потенциала предприятия является сила руководящего состава и его способность принимать обоснованные стратегические решения. Сильная команда руководителей должна иметь четкое видение будущего компании и быть в состоянии эффективно донести это видение до всех заинтересованных сторон.

Экологическая политика – это отрасль экономики, которая занимается управлением и регулированием деятельности человека, влияющей на природную среду. Он включает использование рыночных инструментов, таких как налоги, субсидии и продаваемые разрешения, чтобы побудить отдельных лиц и компании действовать экологически ответственным образом.

Эффективная экологическая политика может помочь сократить загрязнение, сохранить природные ресурсы и способствовать устойчивому экономическому росту.

Экологическая политика – это не только защита окружающей среды, но и повышение потенциала предприятия. Реализация экологической политики может создать возможности для экономии средств, улучшения репутации и доступа к новым рынкам.

Повышение потенциала предприятия за счет реализации экологической политики предполагает выявление и управление воздействием деятельности организации на окружающую среду. Это может включать такие действия, как сокращение потребления энергии, минимизация отходов и продвижение устойчивых методов закупок.

Например, сокращая потребление энергии, компании могут сократить свои эксплуатационные расходы и уменьшить углеродный след. Минимизация отходов может помочь снизить затраты на утилизацию, а внедрение устойчивых методов закупок может помочь предприятиям найти поставщиков, разделяющих их приверженность устойчивому развитию.

Реализация эффективной экологической политики требует участия различных заинтересованных сторон, включая государственные учреждения, организации частного сектора и группы гражданского общества. Политика должна иметь четкие цели и стимулы для поощрения соблюдения, а также положения для мониторинга и обеспечения соблюдения.

Высшее руководство должно обеспечивать лидерство и поддержку, а сотрудники должны быть вовлечены и обучены. Общение с заинтересованными сторонами, включая клиентов, поставщиков и местные сообщества, также имеет важное значение.

Экологическая политика становится все более важной в современном мире, и многие предприятия по всему миру начали внедрять меры по снижению своего воздействия на окружающую среду. Есть много примеров мер, которые могут быть реализованы на уровне предприятия для достижения этой цели.

Многие компании внедрили программы утилизации, чтобы уменьшить количество производимых ими отходов, например:

1. Coca-Cola поставила цель к 2030 году перерабатывать 100% своей упаковки.
2. Walmart, компания, управляющая крупнейшей в мире сетью оптовой и розничной торговли, поставил перед собой цель сократить выбросы парниковых газов на 18% к 2025 году.
3. Nestle сократила потребление воды на своих фабриках на 40% с 2005 года.
4. Patagonia, крупный ритейлер верхней одежды, стремится использовать в своей продукции только органический хлопок.

Одной из наиболее распространенных мер является реализация комплексной программы утилизации. Это может включать разделение отходов на разные потоки, такие как бумага, пластик и металл, и обеспечение того, чтобы каждый поток утилизировался экологически безопасным способом.

Другие меры могут включать в себя инвестиции в возобновляемые источники энергии. Инвестиции в возобновляемые источники энергии в последние годы привлекают значительное внимание из-за преимуществ, которые они обеспечивают.

Возобновляемые источники энергии включают: а) солнечную; б) ветровую; в) гидро-; г) геотермальную; д) и биоэнергию, которые могут резко сократить углеродный след компании.

Экономия воды также является важным фактором для многих предприятий. Такие меры, как установка кранов с низким расходом, рециркуляция сточных вод и контроль за использованием воды, могут помочь сократить количество используемой воды и снизить нагрузку на местные источники воды.

Наконец, компании также могут рассмотреть возможность внедрения политики устойчивого снабжения, чтобы уменьшить воздействие своей цепочки поставок на окружающую среду.

Реализация политики устойчивого снабжения включает в себя принятие мер для обеспечения того, чтобы товары и услуги, производимые и используемые компанией или

организацией, производились таким образом, чтобы в долгосрочной перспективе не наносить вред окружающей среде, обществу или экономике.

Политика устойчивого снабжения обычно включает три основные области:

- экологическую ответственность,
- социальную ответственность
- и экономическую ответственность.

Экологическая ответственность включает в себя минимизацию воздействия на окружающую среду производственной и снабженческой деятельности. Это может включать минимизацию образования отходов, сокращение выбросов углерода и использование устойчивых материалов и источников энергии.

Социальная ответственность включает в себя обеспечение соблюдения этических и справедливых практик по всей цепочке поставок. Это может включать в себя обеспечение того, чтобы работники получали справедливую оплату и работали в безопасных условиях, а выбор поставщиков и партнеров основывался на их этических принципах.

Экономическая ответственность включает в себя обеспечение того, чтобы цепочка поставок была экономически эффективной и способствовала устойчивому развитию. Это может включать в себя выбор экологически и социально ответственных поставщиков и партнеров, обеспечение долговечности и ремонтпригодности продукции, а также минимизацию отходов и использования ресурсов по всей цепочке поставок.

Для успешной реализации политики устойчивого снабжения организации должны иметь четкие цели и задачи, а также надежные системы мониторинга и отчетности. Сотрудничество с поставщиками и партнерами также является ключом к достижению устойчивости на протяжении всей цепочки поставок.

Политика устойчивого снабжения может включать в себя закупку материалов, сертифицированных как устойчивые, или сокращение использования материалов, которые, как известно, оказывают негативное воздействие на окружающую среду.

В целом существует множество различных мер, которые предприятия могут предпринять для реализации экологической политики на своем предприятии, и эти меры могут оказать существенное влияние на окружающую среду, а также обеспечить ряд других преимуществ для самой компании.

Библиографический список:

1. Герасимова, Е. А. Экологический менеджмент как основа эколого-ориентированного развития предприятия / Е. А. Герасимова, И. Г. Красильникова, Ю. А. Холопов // Вестник СамГУПС. – 2017. – № 1 (35). – С. 76–79.
2. Орешин В.П. К концепции управления региональным развитием. / В.П. Орешин, М.Е. Омельченко // Менеджмент и бизнес-администрирование. 2019. № 1. С. 83–89.
3. Сидорова Е.Н. Финансовый потенциал регионов и их социально-экономическая привлекательность. / Е.Н. Сидорова, Д.А. Татаркин // Екатеринбург: Институт экономики УрО РАН, 2019. 385 с.
4. Семидоцкий В.А. К вопросу эффективного государственного регулирования развития региональных социально-экономических систем / В.А. Семидоцкий, П.К. Раевский // Вестник Российского университета кооперации. 2019. № 3. С. 38–41.
5. Колесников Ю.С., Реструктуризация региональной экономики и межрегиональная конкуренция в контексте процессов модернизации России: новые тенденции / Ю.С. Колесников, Ж.Д. Дармилова // Научная мысль Кавказа. 2021. № 2. С. 18–25.
6. Косякова, И. В. Перспективы внедрения в России стандартов наилучших доступных технологий в рамках экологического менеджмента / И. В. Косякова, О. М. Артамонова, А. В. Кудряшов // Фундаментальные исследования. – 2015. – № 2-16. – С. 3559–3563.
7. Государственное стратегическое управление: Монография / Под общ. ред. проф. Ю.В. Кузнецова. СПб.: Питер, 2020. 320 с.

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ЭФФЕКТИВНЫЙ ИНСТРУМЕНТ БРЕНДИНГА ТЕРРИТОРИИ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

¹Верютина Валерия Игоревна

²Круглова Марина Сергеевна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия

магистрант

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Тел.: 8 (918) 19-37-626

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия

канд. эконом. наук, старший преподаватель кафедры общей психологии и социальных коммуникаций

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Abstract. The relevance of the topic lies in the fact that event tourism is currently a promising and rapidly developing recreation area, as well as an effective tool for promoting the image of the territory. This article highlights the role of event tourism in the Krasnodar territory.

Ключевые слова: событийный туризм, event-индустрия, территориальный маркетинг, брендинг территории.

Keywords: event tourism, event industry territorial marketing, territory branding

На сегодняшний день сфера событийного туризма приобретает все большую популярность, становясь перспективным и динамично развивающимся направлением мирового туристического рынка, а также эффективным инструментом продвижения территории.

Каждое крупное событие может оказать влияние на развитие и конкурентоспособность территории. Особенно государственные и международные события дают возможность продвижения территории и увеличения ее привлекательности для туристов. Стратегии развития территории, основанные на проведении мероприятий, получают все больше внимания. Исследователи отмечают, что проведение массовых мероприятий, таких как праздники, фестивали, конференции, выставки и другие, помогает привлекать внимание к территории и повышать ее ценности. Новый подход к управлению охватывает несколько наук, включая экономику, маркетинг, политологию, культурологию и др.

Событие представляет собой сложный проект, который способствует повышению узнаваемости территории в мировом экономическом пространстве и знакомству потенциальных потребителей с ней как с объектом для инвестиций.

Событийные мероприятия – это комплекс специальных мероприятий, направленных на продвижение компании, товаров, услуг, территорий и т.д. с помощью необычных ярких и запоминающихся событий. Благодаря специальным мероприятиям появилась возможность кардинально изменить бренд города. Города и регионы могут создавать новый образ с помощью масштабных событий.

Событийный туризм уникален тем, что его главная цель – посещение важных и интересных событий, что делает его привлекательным для многих туристов. Он связан с посещением местности в определенное время, когда проходят значимые общественные мероприятия и включает в себя такие виды туризма как: культурный, спортивный, фольклорный, выставочный и фестивальныи.

Преимущества проведения событийных мероприятий включают:

1. Интеграция мероприятий в событийную канву позволяет создать более интерактивную атмосферу для аудитории, что способствует увеличению их активности и восприимчивости.

2. Люди, посещающие мероприятия делают это добровольно, что исключает ощущение навязчивости маркетинговой информации.

3. Событие вызывает массовые эмоции и способствует созданию феномена единения, что улучшает принадлежность людей к общей цели

4. Положительные эмоции, которые испытывают посетители, могут переноситься на территорию и стимулировать лояльность населения.

5. Проведение популярного события становится брендом и может использоваться в дальнейшей стратегии развития региона.

6. Событийный маркетинг оказывает долгосрочный эффект, начиная с предварительных анонсов и продолжаясь последующими публикациями в СМИ

7. Аудитория, непосредственно участвующая в мероприятиях, может рассматриваться как фокус группа для проведения предварительных исследований потребителя.

8. Специальные события дают возможность для установления контакта со СМИ.

9. Специальные мероприятия можно использовать для организации прямых продаж сувенирной и иной продукции.

10. Взаимодействие местных властей и различных форм бизнеса может значительно снизить издержки на проведение мероприятия

11. Событийный маркетинг может использоваться там, где реклама запрещена или не достигает своих целей.

Интерес к такому виду путешествий растет с каждым годом, поскольку все больше людей предпочитают культурно-познавательный туризм, вместо пляжного отдыха.

Краснодарский край является одним из деловых центров в России. В регионе проводится множество значимых национальных и международных событий, что способствует увеличению потока туристов и привлечению инвестиций в отрасль. Ежегодно более 500 мероприятий, связанных с конгрессным туризмом, проводятся в регионе. Проведение масштабных деловых мероприятий в Краснодарском крае активизирует бизнес-действия в регионе, а также привлекает в регион новых деловых туристов, что в свою очередь способствует содействию экономики Краснодарского края и созданию рабочих мест. Существенный экономический эффект получают компании, представленные в индустрии встреч (отели, конгрессные центры, выставочные площадки, транспортные компании и предприятия в сфере общественного питания), а также региональный бюджет в целом. Около 1 миллиона иностранных туристов посещают ежегодно Краснодарский край только на деловые и событийные мероприятия. Они особенно ценят возможность совмещения делового путешествия, с культурно-познавательным, олимпийским туризмом, которые доступны только в Краснодарском крае.

Города Краснодар и Сочи на сегодняшний день обладают отличной инфраструктурой для проведения крупных событийных мероприятий, а именно конгрессов, выставок, фестивалей и т.д. Также присутствует интерес в развитии событийной деятельности в других городах региона. Тем не менее, прибрежные города, такие как Анапа, Геленджик и Новороссийск, благодаря своему привлекательному географическому положению, удобной транспортной сети и развитой гостиничной инфраструктуре, имеют значительный потенциал для развития событийной деятельности. Поэтому в настоящее время в Краснодарском крае созданы все необходимые условия как для увеличения количества проводимых мероприятий, так и для роста числа туристов, прибывающих в регион с деловыми целями.

Краснодарский край является одним из лидеров среди регионов страны по числу внутреннего туризма. Но за последний год весомым ограничением для внутреннего туризма стало закрытие одиннадцати аэропортов юга страны. Но благодаря тому, что аэропорт в Сочи остается открытым, Краснодарский край все так же занимает лидирующие позиции по проведению событийных мероприятий, в том числе и международных. Поддерживать туристический поток на должном уровне позволяет железнодорожный и автомобильный транспорт.

Краснодарский край уже традиционно считается лучшим местом для пляжного отдыха в России для туристов с разным уровнем дохода. В последние годы интерес к развитию этого региона растет среди первых лиц государства и государственных органов, что укрепляет имидж Краснодарского края как оптимального места для отдыха и развлечений. Лидерами региона по проведению разнообразных мероприятий являются Сочи, Краснодар, Геленджик, Анапа и Тамань. Кроме того, самыми распространенными видами событийного туризма в Краснодарском крае являются этнографический, спортивный, винный туризм, а также различные музыкальные и кинофестивали.

В крае расположены несколько популярных этнографических центров, например, «Атамань» в Темрюкском районе, «Черкесский аул» и «Доброея» в Анапском районе, культурно-туристический комплекс «Россия» в Абрау-Дюрсо, комплекс «Моя Россия» в п. Эсто-Садок. Данные этнографические центры предоставляют возможность ознакомления с национальными особенностями, обычаями и культурой народов, населяющих Краснодарский край. Гости могут принять участие в традиционных праздниках, и обрядах, познакомиться с бытом, попробовать местную кухню.

Еще одним видом событийного туризма, набирающего популярность является винный туризм. Он представляет собой не только посещение винозаводов, но и знакомство туристов с их историей, посещение виноградников, изучение процесса производства вина, консультации специалистов-сомелье, а также дегустации. На сегодняшний день винные туры доступны в следующих винодельнях: «Фанагория», «Помесье Голубицкое», «Кубань-вино», «Южная винная компания» в Темрюкском районе, «Абрау-Дюрсо», «Мысхако», «Шато-Пино», «Скалистый берег», «Гай-Кодзор» на черноморском побережье.

Высокое значение Краснодарского края как одного из крупнейших центров индустрии встреч подтверждается его высокими местами в советующих рейтингах. Согласно рейтингу событийного потенциала дестинаций ВНИЦ R&C, Краснодарский край представлен двумя городами – Краснодаром и Сочи, которые в течении последний лет устойчиво входят в топ-10 регионов России по данному показателю. Особенно стоит отметить работу администрации Краснодарского края по маркетингу территории. За последние годы в Краснодаре было проведено множество масштабных мероприятий конгрессно-выставочного и событийного характера. Доля делового туризма в общем туристическом потоке Краснодарского края составляет более 90%, включая как индивидуальные деловые поездки, так и поездки для участия в конференциях и семинарах, посещение выставок, ярмарок, организацию конгресс-туров.

Примеры значимых мероприятий, проводимых на территории Краснодарского края представлены в Таблице 1.

Таблица 1 – Перечень значимых мероприятий, проведенных в Краснодарском края в период с 2018 по 2021 годы.

№	Название мероприятия	Место проведения
1	Чемпионат мира по футболу FIFA	г. Сочи
2	Гастрономический фестиваль «О да! Еда»	п. Абрау-Дюрсо
3	Чемпионат мира «Формула-1»	г. Сочи
4	Саммит. Экономический форум: Россия-Африка	г. Сочи
5	Российский кинофестиваль Кинотавр	г. Сочи
6	Фестиваль VoogelWoogel	г. Сочи
	Международный музыкальный фестиваль «Тамань - полуостров свободы»	ст. Голубицкая
7	Спортивно-музыкальный фестиваль «New Star Camp»	г. Сочи
8	Фестиваль парусного спорта и яхтенного туризма «Паруса Сочи»	г. Сочи
9	Музыкальный фестиваль «Лестница в небо»	г. Краснодар

10	Фестиваль воздухоплавания «Небесная Ривьера»	ст. Азовская, Северский район
11	Фестиваль «Аморест»	Анапа
12	Фестиваль вина в честь Всероссийского Дня поля	ст. Голубицкая
13	Музыкальный фестиваль «VK Fest»	г. Сочи, Сириус
14	Музыкальный конкурс «Новая волна»	г. Сочи
15	Гастрономический фестиваль «Gastreet»	г. Сочи
16	Рыцарский турнир в замке «Львиная голова»	г. Анапа, п.Сукко
17	Международная выставка и научная конференция по гидроавиации «Гидроавиасалон»	г. Геленджик

Примечательно, что событийный туризм является эффективным PR инструментом. Ежегодно в регионе организуются мероприятия, привлекающие внимание туристов как из России, так и из других стран. Однако в деятельности санаторно-курортных и туристических комплексов существует заметная сезонность, что приводит к неравномерному распределению событий в течении года. Поэтому для позиционирования курортов Краснодарского края как круглогодичного, всесезонного рекреационного направления, необходимо сделать акцент на мероприятиях, проводимых вне «пляжного сезона».

Создание положительного бренда города или региона связано с обеспечением устойчивого развития территории и улучшения благосостояния жителей. Брендинг территории является долгосрочным процессом, который может существенно повлиять на развитие и конкурентоспособность территории. Каждое масштабное событие может стать инструментом развития, способствовать привлечению туристов и улучшению экономического состояния региона.

Эффективность использования событийного туризма как инструмента формирования бренда территории будет высока в том случае: если в разработке событийно-маркетинговой концепции и стратегии продвижения принимают участие все заинтересованные стороны: сотрудники пресс-служб региональных и муниципальных администраций, туристских информационных центров, местные СМИ, маркетологи корпораций и агентств развития, сотрудники региональных и муниципальных подразделений культуры, туризма, выставочной деятельности, представители общественных организаций города.

Библиографический список:

1. Белицкая О.В. Агротуризм в Краснодарском крае: возможности и перспективы развития // Проблемы управления развитием организации и опыт подготовки менеджеров. Сборник научных статей / под ред. Б.М. Жукова, В.С. Новикова и др. – Краснодар: Изд-во ЮИМ, 2011, №3. – 124 с.
2. Белицкая О.В. Событийный туризм Краснодарского края: направления и перспективы / О.В. Белицкая, Ю.Е. Стукова // Вестник Академии знаний – 2013. № 4(1). С. 17-21
3. Воронина А.Б. Фестивальный туризм как значимая составляющая событийного туризма / Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Серия: География. 2011. Т. 24(63) № 1. С. 161-172
4. Морева С.Н. Событийный туризм как перспективное направление регионального туризма. / С.Н. Морева, Е.А. Пескова // Современные тенденции развития науки и технологий. – 2016. № 12-12. С. 82-84
5. Кубань - столица событий. [Электронный ресурс] – URL: <https://investkuban.ru/region/history-of-success/kuban-stolitsa-sobytyi/> (дата обращения: 03.05.2023)
6. Событийная индустрия России: структура и динамика развития за 2019–2021 годы. [Электронный ресурс]. – URL: <https://rnc-consult.ru/research/> (дата обращения: 03.05.2023)
7. Кубань: видеть, почувствовать, впечатляться, отдыхать. [Электронный ресурс]. – URL: <https://newkuban.ru/news/29112124/> (дата обращения: 03.05.2023)

РАЗРАБОТКА СИСТЕМ БИОЛОГИЧЕСКОЙ ОЧИСТКИ МОРСКОЙ ВОДЫ ДЛЯ КУРОРТНЫХ РАЙОНОВ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

Дмитриев Юрий Анатольевич

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. хим. наук, старший научный сотрудник НИЦ
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (862) 264-86-27
E-mail: sgu-osnid@mail.ru

Abstract. A system for the biological treatment of sea water based on mobile elements - microalgae carriers has been developed, designed to ensure the standard level of sea water quality in certain water areas in the resort areas of the Black Sea coast of the Krasnodar Territory. The effectiveness of the system has been experimentally established; an algorithm for calculating the number of elements - carriers for biological treatment systems for water areas of various volumes with various levels of pollution has been developed.

Ключевые слова: Система биологической очистки морской воды; морские акватории; хозяйственно-бытовые сточные воды; микроводоросли; биогенные вещества; элементы - носители; предельно-допустимая концентрация.

Keywords: Seawater biological treatment systems; marine areas; domestic wastewater; microalgae; biogenic substances; elements - carriers; maximum permissible concentration.

Объем сбросов загрязняющих веществ в моря и океаны неуклонно растет вместе с развитием промышленного производства и увеличением степени урбанизации побережий. Черное море, расположенное между континентами и окруженное территориями с развитой экономикой, не является исключением [1]. На Черноморском побережье Краснодарского края ситуация усугубляется быстрым ростом численности населения, возрастающей застройкой площадей, чрезмерной туристической нагрузкой - овертуризмом [2; 3]. Известно [4], что овертуризм является одной из причин ухудшения состояния морской воды из-за возрастания объемов сбросов хозяйственно-бытовых и промышленных сточных вод.

Поэтому актуальной задачей является разработка методов и систем очистки морской воды в наиболее проблемных точках Черноморского побережья Краснодарского края, примыкающих к устьям рек, с водой которых поступают загрязняющие вещества от неканализованного жилого сектора, мест сброса ливневых вод [5], портовыми акваториями, зонам влияния глубоководных выпусков очистных сооружений и т.д. (для данного региона характерна ситуация, когда места курортного отдыха, например, пляжи городов или санаториев, расположены непосредственно в зонах смешения речных вод с морскими). Районы городов Новороссийск, Геленджик, Туапсе и Сочи считаются основными зонами экологического риска на Черноморском побережье России [6, с. 678].

Главным источником загрязнения морской воды на черноморских курортах Краснодарского края, где промышленное производство сведено к минимуму, являются поступающие различными путями в акваторию моря хозяйственно-бытовые сточные воды, например, в районе г. Сочи на их долю приходится около 99 % от общего сброса антропогенных загрязняющих веществ [7].

Хозяйственно-бытовые сточные воды содержат преимущественно биогенные вещества (соединения азота, фосфора, растворенную и коллоидную органику), которые являются питательной средой для различных микроорганизмов. Поэтому наиболее эффективными методами очистки хозяйственно-бытовых сточных вод являются биологические методы, основанные на потреблении загрязняющих веществ свободно плавающими или иммобилизованными на поверхности твердых носителей бактериями и простейшими организмами, составляющими так называемый «активный ил». Поглощенные активным

илом загрязняющие вещества превращаются в итоге в нарастающую биомассу бактерий и простейших. В состав микроорганизмов активного ила входят одноклеточные водоросли (микроводоросли) - один из наиболее эффективных компонентов с точки зрения способности к поглощению и переработке загрязняющих веществ [8 - 10]. Эффективность микроводорослей обусловлена не только потреблением загрязняющих веществ, но и их фотосинтетической активностью, за счет которой очищаемая вода и микроорганизмы активного ила обеспечиваются дополнительным количеством кислорода [11] (известно [12], что фотосинтетическая аэрация водоемов часто превосходит атмосферную или соизмерима с ней).

Указанные свойства микроводорослей, а также наличие на южном участке Черноморского побережья Краснодарского края уникальных факторов, обеспечивающих благоприятные условия для их роста и развития - интенсивного естественного освещения на протяжении большей части года и достаточно теплого климата, позволяют рекомендовать микроводоросли в качестве основы для организации систем биологической очистки морской воды в данном регионе. Для исключения загрязнения морской воды плавающими микроводорослями в системах очистки целесообразно использовать иммобилизованные формы, которые будут культивироваться на поверхности специальных носителей. Такие носители должны изготавливаться из экологически безопасных материалов, обладать высокой удельной поверхностью, обеспечивающей прикрепление максимального возможного количества микроводорослей на единицу площади, и содержать некоторый запас биогенных веществ пролонгированного действия в качестве дополнительного источника питания микроводорослей.

Необходимость создания запаса биогенных веществ обусловлена непостоянством состава воды морских акваторий, который может сильно изменяться в зависимости от многих факторов - сезонности, погодных условий и т.д. При снижении количества биогенных веществ, поступающих в морскую акваторию, например, при уменьшении хозяйственно-бытовых сбросов в межсезонный период, может иметь место недостаточность биогенных элементов, необходимых микроводорослям, результатом которой станет угнетение их жизнедеятельности и отмирание. Затем, при наступлении курортного сезона и увеличении антропогенных сбросов, оставшаяся биомасса микроводорослей может не справиться с очисткой резко возросшего количества загрязняющих веществ. Эффекты влияния сезонности на эффективность очистки морской воды при помощи многоклеточных водорослей наблюдали авторы исследования [13], изучавшие возможность использования искусственных рифов в качестве систем биологической очистки.

Следует заметить, что искусственные рифы, создаваемые путем погружения на морское дно различных материалов (блоков из ракушечника [13], железобетонных конструкций [14] и т.д.) далеко не всегда могут быть приемлемы для организации систем биологической очистки морской воды. Например, при интенсивном поступлении загрязняющих веществ в морскую воду в зонах влияния поверхностных речных или ливневых стоков и быстром нарастании избыточной биомассы водорослей может возникнуть необходимость проведения периодической очистки поверхности искусственного рифа. Очевидно, что очистка находящихся на глубине конструкций и подъем на поверхность удаляемой биомассы являются весьма трудоемкими задачами. В случае повреждения или разрушения рифа (например, во время сильного шторма) его восстановление может потребовать достаточно высоких затрат. В активно используемых морских акваториях (портах, маринах, бухтах) устройство искусственных рифов может быть нежелательным из-за возможных препятствий для судоходства. Поэтому необходим иной подход к организации систем биологической очистки морской воды, предполагающий использование разбираемых конструкций, состоящих из отдельных мобильных элементов - носителей небольшого размера и массы, которые легко могут быть подняты на поверхность воды для очистки, ремонта или замены.

Метод решения проблемы

Пример реализации нового подхода к организации систем биологической очистки морской воды в частично изолированных акваториях (например, на участках пляжа, отделенных бунами и волнорезами, в портах, маринах, закрытых бухтах и т.д.) схематично представлен на рисунке 1.

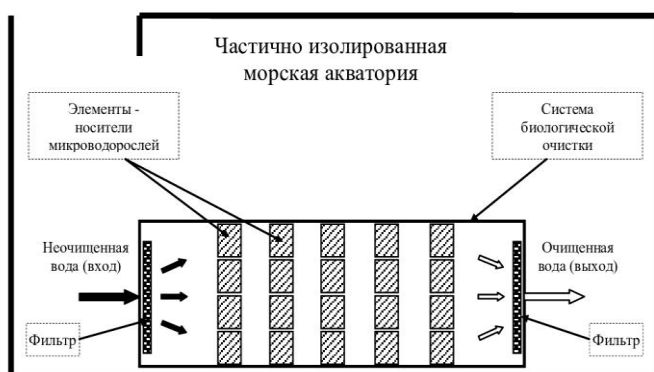


Рисунок 1. Система биологической очистки воды частично изолированной морской акватории (схема)

Система биологической очистки представляет собой отдельный перегородками участок акватории, где на глубине от 0,5 до 1,0 метра навстречу потоку очищаемой воды установлены ряды элементов - носителей микроводорослей.

На входе и выходе системы установлены фильтры механической очистки, предназначенные для предотвращения выноса плавающих микроводорослей и других твердых частиц в основную акваторию. Элементы - носители кубической формы, размером $0,5 * 0,5 * 0,5$ м и массой около 35 кг каждый, собираются из отдельных пластин (до 25 пластин в каждом элементе) размером $0,5 * 0,5$ м и толщиной около 1 см (рисунок 2).

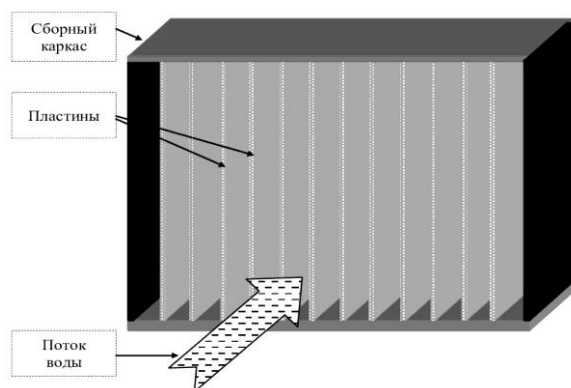


Рисунок 2. Элемент - носитель микроводорослей (схема)

Пластины элементов изготавливаются методом экструзии или горячего прессования высокодисперсной смеси порошков следующих компонентов:

1. Экологически безопасных полимеров (полиэтилена или полипропилена), широко применяемых в системах биологической очистки сточных вод в качестве носителей активного ила.
2. Неорганических биогенных веществ, содержащих макро и микроэлементы, необходимые для обеспечения жизнедеятельности водорослей (азот, фосфор, калий и др.), которые методами поверхностной модификации переведены в малорастворимые формы с целью обеспечения их пролонгированного действия и исключения дополнительного загрязнения морской воды.

В качестве таких биогенных веществ могут быть использованы доступные и недорогие материалы, например, малорастворимые в воде минеральные удобрения - суперфосфат (действующее вещество - дигидроортофосфат кальция $\text{Ca}(\text{H}_2\text{PO}_4)_2$), струвит (действующее вещество - ортофосфат аммония-магния NH_4MgPO_4) и другие,

3. Экологически безопасных порообразователей (например, карбоната аммония $(\text{NH}_4)_2\text{CO}_3$), термическое разложение которых в процессе синтеза позволяет добиваться образования развитой системы открытых пор как в объеме, так и на поверхности пластин.

После погружения элементов - носителей в морскую воду на их пористой поверхности, обогащенной биогенными веществами, начинают сорбироваться микроводоросли (изначально содержащиеся в морской воде), и после образования достаточно развитой биопленки микроводорослей такой элемент становится способным поглощать и утилизировать растворенные загрязняющие вещества.

Полученные результаты

Лабораторный эксперимент, поставленный с целью определения эффективности предлагаемого способа биологической очистки морской воды, показал, что такие элементы - носители утилизируют примерно половину поступающих в морскую воду загрязняющих веществ, обеспечивая достижение нормативных значений показателей качества морской воды.

Эксперимент включал синтез лабораторного образца пластины элемента - носителя, экспонирование его в течение одного года в модельной среде, имитирующей условия морской акватории (емкость с естественной морской водой, достаточное искусственное освещение и аэрация) и опыт по определению эффективности действия образовавшейся биопленки микроводорослей в отношении одного из основных показателей загрязнения хозяйственно-бытовыми сточными водами - иона аммония.

Полученный лабораторный образец отличался высокой пористостью (рисунок 3а), невысокой плотностью ($0,55 \text{ г/см}^3$) и значительным водопоглощением (29 %). Развитая биопленка микроводорослей на его поверхности (рисунки 3б, 3в) обеспечивает быстрое снижение концентрации введенных в емкость систему ионов аммония до уровня их предельно-допустимой концентрации в морской воде (далее - ПДК), равной $0,5 \text{ мг/дм}^3$ [15] (рисунок 4).

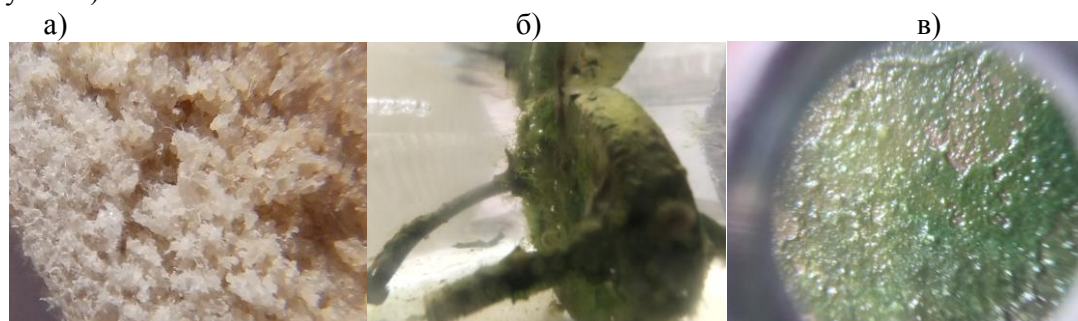


Рисунок 3. а) поперечный срез лабораторного образца при десятикратном увеличении, б) лабораторный образец в емкости с морской водой через год экспонирования, в) биопленка микроводорослей на поверхности лабораторного образца при десятикратном увеличении

Можно предположить, что образованию такой биопленки способствовали добавки биогенных веществ, которые в процессе эксперимента за счет медленного гидролиза постепенно высвобождались из структуры материала и обеспечивали приток дополнительных питательных элементов к растущим микроводорослям.

В параллельном контрольном опыте (без лабораторного образца) ПДК ионов аммония не была достигнута за время наблюдения.

На основе приведенного на рисунке 4 уравнения зависимости концентрации ионов аммония в опыте с лабораторным образцом от времени выведена формула расчета показателя эффективности элемента – носителя.

В качестве показателя эффективности рассматривается объем морской воды, который элемент - носитель может очистить до уровня ПДК иона аммония за одни сутки.

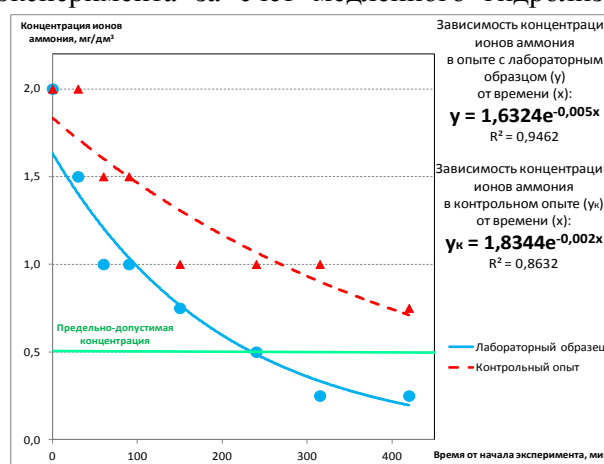


Рисунок 4. Зависимости концентраций ионов аммония в опыте с лабораторным образцом(у) и контрольном опыте (у_к) от времени

Показатель эффективности Θ ($\text{м}^3/\text{сут.}$) зависит от исходного уровня загрязнения морской воды (то есть, от исходной концентрации ионов аммония в неочищенной морской воде $C_{\text{исх}}$ ($\text{мг}/\text{дм}^3$)) и определяется по формуле (1):

$$\Theta = 1,56 * 60 * 24 / (240 + (\ln(C_{\text{исх}} / a) / b)) \quad (1),$$

где 1,56 - объем очищаемой морской воды, который контактирует с поверхностью пластин элемента - носителя (м^3). Данный объем определен путем пересчета объема воды, равного $1,5 \text{ дм}^3$ и контактирующего в опыте с поверхностью лабораторного образца, равной $0,012 \text{ м}^2$, на общую площадь поверхности 25 пластин, которая составляет примерно $12,5 \text{ м}^2$, $60 * 24 = 1440$ - количество минут в одних сутках, 240 - момент времени, соответствующий достижению уровня ПДК (мин., рисунок 4), $a = 1,6324$, $b = 0,005$ - коэффициенты приведенного на рисунке 4 уравнения зависимости концентрации ионов аммония в опыте с лабораторным образцом от времени, которые при необходимости могут быть уточнены экспериментально.

Показатель эффективности элемента - носителя позволяет определить примерное количество таких элементов N , которое будет необходимо для организации системы биологической очистки морской воды конкретной акватории. Величина N будет зависеть как от величины показателя эффективности, соответствующей определенной степени загрязнения акватории, так и от пространственно - временных параметров, связанных с особенностями данной акватории: от ее объема V (м^3) и времени T (сут.), которое по техническим условиям допустимо затратить на очистку до уровня ПДК:

$$N = V / (T * \Theta) \quad (2).$$

Например, при двукратном превышении ПДК ионов аммония в небольшой акватории с морской водой объемом около 750 м^3 (что соответствует объему плавательного бассейна средних размеров) и необходимости произвести быструю очистку в течении 2,5 суток, необходимо наличие $N = 750 / (2,5 * 16) \sim 19$ элементов - носителей, то есть системы из 20 элементов, схематически представленной на рисунке 1. В том случае, если на очистку отведено 5 суток, будет достаточно 9 элементов - носителей. При двукратном превышении ПДК ионов аммония в частично изолированной бухтами и волнорезами акватории небольшого пляжа или бухты объемом около 7500 м^3 и допустимого времени очистки 15 суток, необходимо наличие системы биологической очистки, состоящей из $N = 7500 / (15 * 16) = 31$ элемента - носителя.

Стоимость системы биологической очистки морской воды на основе разработанных элементов - носителей микроводорослей может быть оценена на основе количества необходимых для ее формирования элементов и стоимости сырья, необходимого для производства одного элемента. Приблизительные расчеты, выполненные на основе актуальных средних цен на сырьевые компоненты, показывают, что расходы на исходные компоненты для производства одного элемента - носителя составят около 2 тыс. руб.

Выводы

Эффективность и относительно невысокая стоимость элементов - носителей, а также техническая простота организации и обслуживания разработанной системы биологической очистки морской воды позволяют рассматривать возможность ее практического применения в морских акваториях Черноморского побережья Краснодарского края, наиболее подверженных загрязнению хозяйственно-бытовыми сточными водами. Биомасса микроводорослей, которая будет образовываться при периодической очистке пластин элементов - носителей, может быть использована, например, в сельском хозяйстве в качестве удобрения.

Библиографический список:

1. Коляда Н.И. Международно-правовая борьба с загрязнением Черного моря / Н.И. Коляда, Н.А. Чернядьева // Океанский менеджмент. - 2020. - № 4(9). - С. 37-41. - URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44490501> (дата обращения: 24.03.2023).
2. Оборин М.С. Проблемы развития курортов краснодарского края в условиях геополитической нестабильности / М.С. Оборин, А.А. Сарян. -DOI 10.24412/1995-042X-2022-2-144-159 // Сервис в России и за рубежом. - 2022. - Т 16, № 2(99). - С. 144-159. - URL: <https://ruserVICES.rgutsPubl.org/index.php/1/article/view/29> (дата обращения: 19.03.2023).

3. Ветитнев А.М. Риск овертуризма в Сочинской туристской дестинации в послековидный период / А.М. Ветитнев, Д.В. Чигарев, Н.В. Бобина // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – № 2(66). – URL: <https://eee-region.ru/article/6621> (дата обращения: 15.04.2023).
4. Санин А.Ю. К вопросу о противодействии овертуризму на прибрежных рекреационных территориях Российской Федерации / А.Ю. Санин, Т.О. Паранина // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2019. – Т 13, № 4. – С. 98–111. [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=41589181> (дата обращения: 19.03.2023).
5. Беляева О.И. О загрязнении ливневых стоков, поступающих в прибрежную зону Черного моря (обзор) / О.И. Беляева // Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского. Сер. География. – 2012. – Т 25(64). – № 2. – С. 20-27. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24397961> (дата обращения: 26.04.2023).
6. Система Черного моря. – Москва: Научный мир, 2018. – 808 с. – DOI 10.29006/978-5-91522-473-4. 2018. – URL: <https://ocean.ru/index.php/arkhiv-dokumentatsii/category/49-monografiya-sistema-chernogo-morya-moskva-2018> (дата обращения: 26.04.2023).
7. Морщанина Н.В. Эколого-токсикологическое состояние северо-восточной части Черного моря (обзор) / Н.В. Морщанина, М.В. Медянкина, Г.С. Зеленихина, С.А. Соколова // Токсикологический вестник. – 2013. – № 2(119). – С. 42-46. – URL: <http://old.toxreview.ru/magazine/?c4a=20130200> (дата обращения: 26.04.2023).
8. Макарова Е.И. Прикладные аспекты применения микроводорослей - обитателей водных экосистем / Е.И. Макарова, И.П. Отурина, А.И. Сидякин // Экосистемы. – 2009. – № 1(20). – С. 120-133. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/prikladnye-aspekty-primeneniya-mikrovodorosley-obitateley-vodnyh-ekosistem> (дата обращения: 24.03.2023).
9. Богданов Н.И. Биологическая реабилитация водоёмов / Н. И. Богданов; Российская акад. с.-х. наук, Пензенский научно-исслед. ин-т сельского хоз-ва [и др.]. - 3-е изд., доп. и перераб. – Пенза: РИО ПГСХА, 2008. – 151 с. – URL: <https://search.rsl.ru/ru/record/01004583583> (дата обращения: 15.04.2023).
10. Патент № 2555519, Российская Федерация, МПК C12N 1/12 (2006.01), C12R 1/89 (2006.01). Штамм микроводоросли *Chlorella vulgaris*, предназначенный для очистки сточных вод сельскохозяйственных и спиртовых производств: № 2013137672/10: заявл. 12.08.2013; опубл. 10.07.2015 / Лобакова Е.С., Соловченко А.Е. [и др.]; заявитель МГУ. - 11 с.
11. Шубаков А.А. Использование микроводорослей для биоремедиации водных сред / А.А. Шубаков, И.Э. Шаропова, Е.А. Михайлова // Технические науки - от теории к практике. – 2012. – № 14. – С. 119-126. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ispolzovanie-mikrovodorosley-dlya-bioremediatsii-vodnyh-sred> (дата обращения: 26.03.2023).
12. Митина Н.Н. Некоторые вопросы управления качеством природных вод в условиях перехода к устойчивому развитию / Н.Н. Митина, Л.А. Телитченко // Вода: химия и экология. – 2011. – № 7(37). – С. 2-10. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=16750790> (дата обращения: 14.04.2023).
13. Капков В.И. Биоремедиация морских прибрежных экосистем: использование искусственных рифов / В.И. Капков, Е.В. Шошина, О.А. Беленикина // Вестник МГТУ. – 2016. – Т 19, № 1/2. – С. 286–295 URL: https://www.researchgate.net/publication/301715671_Bioremediation_of_marine_coastal_ecosystems_Using_artificial_reefs (дата обращения: 26.03.2023).
14. Патент № 2377770 Российская Федерация, МПК A01K 61/00 (2006.01). Искусственный риф: № 2008121659/12: заявл. 28.05.2008: опубл.: 10.01.2010 / Шевченко В.Н., Саенко Е.М.; заявитель Азовский НИИРХ. - 8 с.; Патент № 2314386 Российская Федерация, МПК E02B 3/06 (2006.01). Искусственный риф: № 2006119369/03: заявл. 05.06.2006: опубл. : 10.01.2008 / Грицыхин В.А.; заявитель ООО «Шельф 06». - 11 с.
15. Об утверждении нормативов качества воды водных объектов рыбохозяйственного значения, в том числе нормативов предельно допустимых концентраций вредных веществ в водах водных объектов рыбохозяйственного значения: Приказ Министра сельского хозяйства Российской Федерации от 13.12.2016 г. № 552 (в ред. Приказов Минсельхоза РФ от 12.10.2018 № 454, от 10.03.2020 № 118) // Сайт Справочно-правовой системы «Контур Норматив». - URL: <https://normativ.kontur.ru/document?moduleId=1&documentId=364518> (дата обращения: 14.04.2023).

БЕЗОПАСНОСТЬ ДВИЖЕНИЯ ПО МОСТОВЫМ СООРУЖЕНИЯМ В ЗИМНИЙ ПЕРИОД

¹Должиков Владимир Николаевич

²Удотова Ольга Анатольевна

³Чамян Анна Эдуардовна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. техн. наук, доцент кафедры строительства и сервиса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая, 7
Тел. 8 (918) 402 51 05
E-mail: doljikov_v@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. техн. наук, зав. кафедры строительства и сервиса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая, 7
Тел. 8 (963) 097 08 85
E-mail: o.udotova@mail.ru

³ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия, студентка
354000, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая, 7
Тел. 8 (918) 106 78 64
E-mail: anna.chamyan02@mail.ru

Annotation. Ensuring the safe and uninterrupted movement of vehicles at any time of the year and day is the main task of road operating organizations. The most dangerous for road users are various types of winter slippery on the roadway of artificial structures. Information on ice on the bridge should be displayed on an electronic screen installed 150 m from an artificial structure with connection to icing sensors. This removes the dangerous surprise factor for drivers.

Ключевые слова: гололёд, гололедица, датчикам обледенения, мосты, проезжая часть.
Key words: ice, ice, ice sensors, bridges, roadway.

С увеличением интенсивности и скоростей движения увеличивается и число аварий, вызванных скользкостью дорожного покрытия.

Основная задача содержания мостовых сооружений является обеспечение безопасности движения автомобилей по ним. Это основная задача дорожных эксплуатационных организаций.

Опасным, для дорожного движения являются различные виды зимней скользкости на проезжей части. При этом коэффициент сцепления колеса автомобиля с покрытием низкий и приводит к ДТП.

Предупреждение образования скользкости на мостовых сооружениях, до сих пор является актуальным.

В соответствии с ГОСТ Р 59434-2021 наличие зимней скользкости на покрытии проезжей части искусственных сооружений не допускается для всех категорий дорог [1].

Вследствие охлаждения пролетных строений мостов, температура проезжей части на мостах понижается, примерно в три раза быстрее, чем на дороге. В результате этого, скользкость на искусственных сооружений в сравнении с дорогой наступает значительно раньше. Кроме того, более раннему появлению обледенения проезжей части мостов на Федеральных дорогах Черноморского побережья способствует повышенная влажность воздуха от испарений моря или рек [2].

В момент образования скользкости на проезжей части, значительно увеличивается вероятность аварий вследствие неоднородности по транспортно-эксплуатационным качествам покрытия на дороге и на искусственных сооружениях. Опасность аварий в этот момент увеличивается еще и в связи с отсутствием психологической подготовленности

водителя, так как до въезда на мост автомобиль движется по сухому покрытию. Резкое снижение коэффициента сцепления увеличивает не только длину тормозного пути, но и вызывает неожиданные заносы или вращения автомобиля [2].

В соответствии с ОДМД «Руководство по борьбе с зимней скользкостью на автомобильных дорогах», зимняя скользкость подразделяется на стекловидный лед, снежный накат и рыхлый снег [3].

Стекловидный лёд подразделяется на гололедицу, гололёд и «черный лёд» [4].

Отличие названий состоит в том, что гололёд возникает при выпадении переохлажденного дождя, а гололедица представляет собой корку льда на покрытии автомобильной дороги, образовавшуюся в результате замерзания дождевой или талой воды. Чаше всего гололедицу и гололёд объединяют в одно понятие - гололёд.

«Черный лёд» - конденсация и замерзание влаги из воздуха. Самое опасное оружие невидимого «чёрного льда» – эффект неожиданности для водителей.

Автомобиль на большой скорости с сухой проезжей части дороги въезжает на проезжую часть мостового сооружения, покрытую тонким слоем невидимого льда. Справиться с автомобилем при таком явлении способен не каждый даже опытный водитель. Наиболее вероятные места образования: на покрытии мостов, эстакад и путепроводов; в горной местности; на трассах вблизи водоемов и на морских побережьях.

В соответствии с [6] на мостовых сооружениях используется система обеспечения противогололёдного состояния (СОПС).

СОПС - обеспечивает обработку дорожных покрытий противогололедными реагентами.

СОПС, как правило, в первую очередь оснащаются большие искусственные сооружения где интенсивность движения составляет более 14000 авт./сутки [6]. Без внедрения СОПС, на искусственных сооружениях гололедные образования способствуют росту количества ДТП, возникновению заторов, ухудшению безопасности дорожного движения и снижению пропускной способности сооружения. При этом жидкие противогололедные реагенты, не должны отрицательно влиять на экологию.

Безопасность движения по мостовым сооружениям в сложных метеорологических условиях для автомобилей во многом зависит от надежной информации о наличии обледенения.

С наступлением зимнего периода следует осуществлять постоянное информирование водителей об условиях движения и опасностях, которые подстерегают водителей в зимних условиях. Водители, прежде всего, должны знать, что гололёд на мостах, путепроводах, эстакадах и развязках появляется значительно раньше, чем на проезжей части подходящей дороги.

Информация о гололеде должна выдаваться с помощью сигнализаторов обледенения, передающих сигнал на установленные на дорогах перед мостом электронные информационные знаки.

На сегодняшний день в России и за рубежом большое распространение получила противогололедная система Boschung Mecatronic. Эта установка позволяет заранее распределять через форсунки противогололедный материал [7].

Общая схема работы системы Boschung Mecatronic показана на рисунке 1 [7].

Используя АПС, получаем достаточно доступную схему раннего распределения противогололедного материал.

Однако учитывая, что любая система может давать сбой в виде засорения форсунок, отключения электроэнергии, выхода из строя датчиков обледенения и т.п., водители должны быть информированы о возможном гололеде на впереди находящемся мосту, путепроводу или эстакаде.

Информация должна выноситься на электронный экран, установленный за 150 м от искусственного сооружения с подключением к датчикам обледенения. Таким образом, убирается опасный фактор неожиданности для водителей.

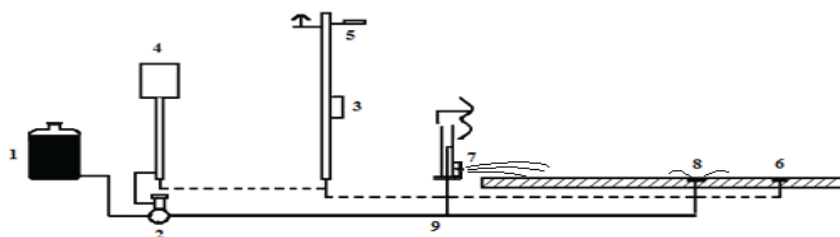


Рис. 1. Общая схема работы противогололедной установки с различными распределяющими узлами:

1-ёмкость для реагентов, 2-насос, 3- устройство для обработка данных, 4- устройство для управления АПС, 5- метеодатчики, 6- датчики на проезжей части, 7- орошающиеся головки, 8-распределяющая форсунка, 9- соединения гидравлических линий

При отсутствии таких электронных указателей водитель, въезжая на искусственные сооружения в зимнее время года, должен помнить о возможной угрозе скользкости.

Если не представляется возможным убедиться в отсутствии невидимого «черного льда» или гололёда — двигаться необходимо с соблюдением всех мер предосторожности.

ВЫВОДЫ:

Результаты проведённых исследований, с точки зрения повышения безопасности движения по искусственным сооружениям на дорогах в зимний период, можно обобщить следующими выводами:

1. Перед началом зимнего периода информировать население с помощью радио, информационных буклетов и т.п. о том, что гололёд на мостах, путепроводах, эстакадах и развязках появляется в 2,5–3 раза раньше, чем на проезжей части подходящих участков дороги.

2. Если не представляется возможным убедиться в отсутствии «черного льда» — двигаться необходимо с соблюдением всех мер предосторожности.

3. При наличии на сооружении автоматической противогололедной системы и для исключения опасного фактора неожиданности для водителя, сигнал от датчиков обледенения должен одновременно поступать на блок обработки данных системы и на выносное электронное табло с надписью «Внимание! На мосту гололёд».

Библиографический список:

1. ГОСТ Р 59434-2021 Дороги автомобильные общего пользования Требования к уровню зимнего содержания.

2. Должиков В.Н. Безопасность движения на мостах в зимний период / В.Н. Должиков, И.Н. Матысек, Н.И. Докашенко // Донецкий политех. ин-т. – М., 1984. – 5 с. – Деп. в ВИНТИ № 826Ук-85.

3. Руководство по борьбе с зимней скользкостью на автомобильных дорогах: ОДМД: утв. Распоряжен. Минтранса России от 16.06.2003 № ОС-548-р. - 43с.

4. Нюдь А.С. Существующие проблемы выявления и ликвидации зимней скользкости на автомобильных дорогах и мостовых сооружениях / А.С. Нюдь, Е.И. Киряков // Проектирование и строительство дорог, метрополитенов, аэродромов, мостов и транспортных тоннелей. - Вестник ТГАСУ № 2, 2013. – с. 354-361.

5. Зимнее содержание автомобильных дорог / Г.В. Бялобжеский, А.К. Дюнин, Л.Н. Плакса, Л.Б. Рудаков, Б.В. Уткин; под ред. А.К. Дюнина. -2-е изд., перераб. и доп. – М.: Транспорт, 1983. – 197 с.

6. Методические рекомендации по оснащению искусственных сооружений на автомобильных дорогах системами обеспечения противогололедной обстановки: ОДМ 218.6.2.001–2020: утв. Распоряжением Федерального дорожного агентства от 14.12.2020 № 3795-р. – 28 с.

7. Гуляев К. М. Автоматическая противогололедная система фирмы Boschung Mecatronic. / К. М Гуляев, И. С. Григорьев // Междунар. научн. журнал «Молодой учёный». - № 20 (258). - Май 2019. – с. 46-51.

РАЗВИТИЕ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА ИНФРАСТРУКТУРУ ТУРИЗМА

¹Киба О.В.
²Саакян К.С.

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
старший преподаватель
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
E-mail: o-kiba@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
студент
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Annotation. This article discusses the topic of recreation development and its impact on the infrastructure of the resort city. Landscape architecture is also analyzed and what role it can play in the development of the city's traffic.

Ключевые слова: рекреация, туризм, путешествия, территории, развитие, С.И. Венчагов, растения, ландшафтное строительство, ландшафт, туристы, посещаемость, посетители.

Keywords: recreation, tourism, travel, territories, development, S.I. Venchagov, plants, landscape construction, landscape, tourists, attendance, visitors.

Актуальность. Некоторое время назад люди поняли, что рекреация играет огромную роль в привлечении туристов. И сейчас она также является методом привлечения людей для посещения значимых мест города. Этот метод не устаревает и рекреация города и есть причина, по которой многие люди приезжают с дальних городов и стран.

Цели и задачи. Главной целью нынешнего поколения является сохранить старые значимые места и при этом строить, и проектировать новые. Направление ландшафтного строительства, архитектуры и дизайна должно развиваться больше и тем самым развивать рекреацию для достижения интереса человека посетить определённое место в городе.

Методы, организация исследования. Благодаря людям, которые занимаются направлениями ландшафтного дизайна, архитектуры и строительства, можно достичь этого. Им следует воплощать свои задумки и идеи на различных территориях, таких как: парки, скверы, детские площадки, прогулочные зоны, санатории и т.д. Одним из таких людей в 1970-х был Сергей Ильич Венчагов, который прославился своим стилем озеленения города-курорта Сочи (рис. 1) [2].

Проехав пол Европы с целью ознакомления с новыми приёмами, Венчагов начал преобразовывать город-курорт. Его творения отличались необычными и совершенно новыми для того времени композициями, скульптурами и растениями. Он часто использовал в них ракушечник и бетон, сланец и керамзит, гальку. За свою жизнь Венчагов преобразил большое количество территорий по городу, такие как: цветник «Сочи-150 лет» (1988 г.), выставка приемов озеленения в совхозе «ДЦК» на Мацесте, проект и озеленение гостиницы «Рэдиссон Лазурная» (1993 г.), озеленение пансионата «Шексна» (1994 г.) и конечно, сквер «Фитофантазия» рядом с Зимним театром (рис. 2) [3].

На небольшом участке было высажено более 420 видов растений, образуя клумбы-фантазии, на которых цветы и сезонные растения сочетались с разнообразными вазами, корнями деревьев, керамзитом, глыбами стекла.

И именно в тот момент рекреация в городе-курорта стала неотъемлемой частью привлечения туристов. Конечно, главной задачей развития ландшафтного строительства и облагораживания территорий Венчагов считал создать уникальный и новый город-курорт для того, что он был уникален и неповторим.



Рис. 1



Рис. 2 «Фитофантазия», созданная
С.И. Венчаговым

Сейчас также есть новые методы привлечения туристов, такие как: социальные сети, новостные каналы и организация мероприятий по городу, благодаря чему у людей формируются новые представления о рекреационных и туристических местах. В будущем, можно развивая этот метод, привлекать туристов способом передачи впечатлений и эмоций людей от посещения рекреационных мест. Дизайн-решение по благоустройству и реставрации сквера как раз воплощает эту идею. В данном решении ландшафтного проектирования главным является организация среды жизнедеятельности человека под открытым небом с учётом природных особенностей и пожеланий людей, которые посещают территорию. Благоустройство сквера-важная часть для создания благоприятных условий туризма и интереса туристов.

Результаты исследования. Для достижения цели и разработки дизайн-решения сквера были поставлены следующие задачи:

1. Изучить аналоги уже существующих скверов;
2. Исследовать климатические, почвенные условия;
3. Изучить материалы, используемые для проектирования сквера;
4. Подумать над концепцией и найти основную тему/идею сквера;
5. Определить цветовую характеристику ландшафта;
6. Исследовать различные питомники растений;
7. Разработать концепцию сквера (рис. 3).

Также для проекта важен функционально-морфологический анализ, от которого в итоге зависит дизайн-концепция и выбор проектных решений.

Концепция сквера основана на трансформации морфологии золотой рыбки. Главная ассоциация в проекте-золотая рыбка и её нежная бионическая форма. Основная идея в том, чтобы каждый окунулся в сказку «Золотая рыбка», как взрослые, так и дети. Планировочная структура представляет собой хаотичные биотические линии, которые напоминают изгибы золотой рыбки. Входные зоны располагаются в западной, северной, южной и восточной части. Всего на плане 10 входных групп. Озеленение подобрано с учётом климатических и почвенных условий: кизильник, гортензия разных видов, примула мелкозубчатая, лаванда, иберии и первоцветы. В дизайн-проекте присутствуют три небольших водоёма с глубиной не более 20 см. Для безопасности вокруг них расставлены кусты высотой более 50 см.

Климат города-курорта Сочи - субтропический с тёплой дождливой зимой и влажным, но солнечным летом. Среднегодовая температура — 16 °С. Среднегодовое количество осадков — 1644 мм. Зона морозостойкости— 9a/9b.

Большинство растений в проекте рассчитаны на весну: апрель-май, но некоторые из них морозостойки, такие как лаванда, гортензия, поэтому в зимнее время сквер будет интересен посетителям.



Рис. 3. Подача дизайн-решения сквера «Золотая рыбка»

Выводы. Благодаря различным методам и развитию рекреационных территорий в городе-курорте Сочи, можно повлиять на инфраструктуру туризма. Например, с помощью развития ландшафтного строительства и архитектуры. В наше время они важны не только с эстетической стороны, но и для времяпрепровождения посетителей города. [1]

Библиографический список:

1. Ландшафтное проектирование среды: метод. указания к курсовой работе / сост.: И.П. Кириенко, Т.О. Махова. - Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2018. - 62 с.

2. Создатель «сочинского» стиля озеленения С.И. Венчагов URL: <https://arch-sochi.ru/2013/12/sozdatel-sochinskogo-stilya-ozeleneniya-s-i-venchagov/> (дата обращения 12.04.2023).

3. Шаг в прошлое. Сергей Венчагов, или самый известный декоратор Сочи. URL: <https://sochi.scapp.ru/scapp-gorod/shag-v-proshloe-sergej-venchagov/> (дата обращения 12.04.2023)

ИНФРАСТРУКТУРА ТУРИЗМА РЕСПУБЛИКИ СЕВЕРНАЯ ОСЕТИЯ – АЛАНИЯ

¹Кодзаева Людмила Сослановна
²Муравьева Оксана Сергеевна

¹ФГБОУ ВО «Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова», г. Владикавказ, Россия
канд. пед. наук, доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма
367000, Россия, г. Владикавказ, ул. Ватутина 44-46
Тел.: 8 (867) 233-33-73, факс: 8(867)233-33-73
E-mail: makoev261276@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Санкт-Петербургский государственный университет», г. Санкт-Петербург, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры экономики предприятия, предпринимательства и инноваций
199034, Россия, Санкт-Петербург, Университетская набережная 7-9
Тел.: 8 (812) 363-67-77, факс: 8 (812) 363-67-77
E-mail: o.muraveva@spbu.ru

Abstract: The article is devoted to the problems of the development of the tourism business, which is gaining more and more momentum every year, attracting significant investments in the industry, as well as studying the increasing role of the tourism business in the development of the region's economy.

Ключевые слова: туристическая отрасль, путешествие, туристические маршруты, экскурсия, разработка туристических маршрутов, привлечение клиентов.

Keywords: tourism industry, travel, tourist routes, excursion, development of tourist routes, attracting customers.

Исследование выполнено в рамках инициативного проекта «INI_2023: Технологии маркетингового управления продвижением курортных территорий Северо-Кавказского туристического кластера»

Известно, что развитие туристской отрасли оказывает как прямое, так и косвенное влияние на развитие стран и регионов. Если прямое влияние туризма с некой степенью достоверности учитывается в действующих национальных счетах, то косвенное, довольно-таки часто, остается без внимания. В опубликованном докладе Всемирной туристской организацией (ЮНВТО) «Туризм: перспектива 2030» (октябрь 2011 год) прогнозируется, что в ближайшее десятилетие будет наблюдаться устойчивый рост международного туризма (число международных туристских прибытий к 2030 году, согласно прогноза, достигнет 1,8 млрд), при этом темпы роста расходов туристов будут в примерно в два раза превышать рост их численности [5]. С годами, по мнению О. В. Ярыгиной [4], существенно расширится перечень видов деятельности в сфере туризма, он коснется индустрии гостеприимства, общественного питания, страхования, медицинского обслуживания, транспорта, информационных сетей и систем и т.д.

Сегодня и в Северной Осетии, как и по всей России, туристический бизнес набирает обороты. Сначала эпидемия коронавируса COVID-19, а затем введенные в начале 2022 года санкции создали благоприятные условия для развития внутреннего туризма. Республика Северная Осетия-Алания обладает огромным потенциалом многих видов туризма – от горнолыжного до креативного – и на наш взгляд, его реализация может существенно пополнить бюджет республики.

Следует отметить, что силами Республиканского комитета по туризму, сотрудников и студентов кафедры менеджмента, маркетинга и туризма Северо-Осетинского государственного университета им. К. Л. Хетагурова проведена большая работа по разработке туристических маршрутов, тематических экскурсий, подготовке высококвалифицированных гидов, созданию арт-объектов и популяризации туристической привлекательности республики на телевидении и в печати [1,2]. Хуже обстоят дела с созданием и эксплуатацией объектов инфраструктуры. Это направление туристической деятельности требует анализа и пристального внимания.

Ниже мы рассмотрим инфраструктуру средств размещения (вопросы транспортной и информационной инфраструктур нами уже были рассмотрены и проанализированы в источнике [1]) и социально-культурная инфраструктуру в Республике Северная Осетия - Алания.

Как известно, инфраструктура средств размещения включает коллективные и индивидуальные средства размещения. Можно сказать, что в этом направлении в Республике Северная Осетия – Алания сделано немало. Многочисленные гостиницы в черте города, среди которых можно выделить гостиницы «Владикавказ» и «Олимп Плаза», оздоровительный комплекс «Роза ветров» и «Forrest Terrace» в Фиагдоне, «Гостевой дом 1950», отели «Astra Village» и «Terra Libera» в Алагирском районе, гостевой дом «Горная Саниба» в Пригородном районе, отель «Вертикаль» в Цейском ущелье, гостиницы «Дигория», «Ростсельмаш» и «Порог неба» в Дигорском ущелье республики и другие. На первый взгляд может показаться, что со средствами коллективного и индивидуального размещения все в порядке.

Однако, только 2-3 объекта данного вида инфраструктуры из вышеприведенного списка отвечают современным требованиям туристического бизнеса: только в них номера имеют

площадь не менее 12 квадратных метров; снабжены системой кондиционирования воздуха; в них качественный телевизор с доступом к национальным каналам и телефон с прямым набором номера; в каждом номере ванная комната и туалет (горячая и холодная вода круглые сутки); они снабжены современной удобной мебелью (кровать, платяной шкаф с сейфом, стол, стул, кресло, мини бар с напитками; электрический чайник, пакетики чая и кофе); только в них – банные халаты и тапочки, набор предметов личной гигиены (от зубной пасты и зубной щетки до шампуня, геля для душа и расчески), три полотенца, которые с постельным бельем меняются через 1-2 дня. Сами номера отремонтированы, на окнах шторы и занавесы. Остальные же республиканские объекты инфраструктуры могут сегодня предоставить туристу лишь питание и спальное место. Внутреннее убранство номеров оставляет желать лучшего, кое-где перебои с водоснабжением (даже с холодной водой); ванная комната одна на этаж, телевизор в холле и т. д. Собственники не торопятся вкладывать средства, для них по-прежнему прибыль должна многократно превышать вложения; внутреннее убранство номеров отвечает требованиям 80-х годов прошлого века, ремонт в них копеечный. Практически ни в одном из отелей не налажена индустрия развлечений, да и территория за их высоким забором требует благоустройства.

При этом, все соглашаются, что как вид экономической деятельности, туризм не может существовать без соответствующей обеспечивающей его инфраструктуры. Да, в республике наметились подвижки в этом направлении: за последний год появился в Фиагдонском ущелье еще один отель, отвечающий вышеперечисленным требованиям; вступили в силу законодательные акты, регламентирующие туристическую деятельность и деятельность страховых компаний, ее обслуживающих; произошла ротация в Республиканском Комитете по туризму; появилась и успешно функционирует специализированная туристская выставочная деятельность и т. д. Все чаще используются не только обновленные транспортные средства, богатый потенциал национальных музеев и тематических комплексов, но и инфраструктура, созданная в регионе природой (горные ущелья, водопады, заповедники, святылища и т. д.). За последний год разработаны два приложения, упрощающие навигацию туристов: *traek* – дает информацию об объектах культурного наследия республики; *goktrip.ru* – позволяет самостоятельно выстроить туристический маршрут.

Отрадно, что разработчики этих приложений позаботились о том, чтобы снабдить каждое из них аудиогидом, интересно и подробно рассказывающим о достопримечательностях республики, встречающихся на пути следования; данные приложения позволяют через систему Интернет забронировать гостиницу или оплатить выбранный тур у аккредитованного туроператора.

Так как туризм представляет собой сложное общественное явление, включающее множество различных подвидов, то он требует для успешной реализации своих планов учета многочисленных компонентов инфраструктуры, в том числе и специфической. Вот почему при анализе предпринимательской деятельности в туризме следует обратить внимание на инфраструктуру отдельных видов туризма, которая существенно различается по своему составу и оказывает значительное влияние на нее.

Если инфраструктура для какого-либо вида туризма включает транспортные средства (самолеты, поезда, автобусы и т.п.); средства размещения (отели, мотели, частные дома и т. п.) и предприятия общественного питания, то для развития специфической инфраструктуры необходим учет требований к определенному виду туризма: горнолыжный туризм невозможен без лыжных трасс, подъемников, проката лыж; дайвинг требует наличие водоема, снаряжения, инструкторов и т. д. И тот и другой вид туризма требуют наличия службы спасения и команды тренеров-инструкторов.

Что-то в этом направлении делается в Цейском ущелье: работают подъемники, но их недостаточно и оплата за них по нашим меркам высокая; есть отель – но он рассчитан на небольшое количество туристов и не отвечает большинству из заявленных на сегодня требований к подобному виду инфраструктуры. Хорошо бы для привлечения туристов, с точки зрения маркетинга, создать что-то свое, индивидуальное, некий дополнительный туристический продукт: организовать в близлежащем селе мастер классы по приготовлению

национальных блюд; изготовлению изделий из войлока и шерсти, ведь сегодня аквапарками и бассейнами никого не удивишь. Подобная нехарактерная инфраструктура создаст дополнительную привлекательность и послужит мотивацией для выбора путешествия на Кавказ вообще, и в республику, в частности; создаст условия для роста аттракции (результат формирования привлекательности) дестинации (местонахождение).

Особое внимание, на наш взгляд, следует уделить инфраструктуре туристского рынка, представляющей собой некую «организационно-экономическую систему, ответственную за движение туристских продуктов и услуг от продавца к покупателю; за плодотворную деятельность различных структур и организаций, обслуживающих туристский рынок и способствующих его успешному функционированию» [3].

Выстраивание гармоничных отношений между инфраструктурой туризма и инфраструктурой туристского рынка будет способствовать как развитию самой инфраструктуры, так и предпринимательства: развитая инфраструктура - необходимое условие процветания малого и среднего бизнеса, эффективность и доходность его - напрямую связаны с ее развитием.

Конечно, развитие инфраструктуры туристского рынка требует серьезных финансовых вложений и не может обойтись без участия государства и государственных учреждений, но подобные вложения оправданы, так как способствуют не только социально-экономическому развитию республики, но и единого туристского пространства России. Однако, инфраструктура туристского рынка не только объект, требующий затрат, но объект инвестиций, позволяющий получать большие дивиденды.

Проведенный анализ порождает вопрос: что первично для развития туризма – туристические потоки или инфраструктура: строить гостиницы, дороги там, куда уже едут люди «дикарями», или создать инфраструктуру, а затем, прорекламировав ее, привлекать туристов? Применительно к РСО-Алания ближе второе. Другое дело, что имеющуюся инфраструктуру необходимо развивать, вкладывая в нее определенные средства; стараться пребывание туриста сделать как можно более комфортным; установить контроль со стороны государственных органов за ценообразованием в туристической отрасли; ввести сертификацию имеющихся отелей и гостиниц.

Библиографический список:

1. Бестаева И. М. Новый подход к развитию внутреннего туризма (на примере Республики Северная Осетия – Алания. / И. М. Бестаева, Л. С. Кодзаева // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2022. – №12(3). – С.45–54.
2. Бестаева И. М. Христианство и язычество – основные направления развития религиозного туризма в Республике Северная Осетия - Алания. / И. М. Бестаева, Л. С. Кодзаева // Вестник Национальной академии туризма. - 2019. - № 1 (49). - С. 53–56.
3. Морозов М. А. Инфраструктурное обеспечение предпринимательской деятельности в туризме: Монография. – М.: РосНОУ, 2023.
4. Ярыгина О. В. Косвенное влияние туризма на сопутствующие отрасли экономики // Вестник РМАТ. – 2013. - № 1(7). – С. 47–50.
5. К 2030 году число международных туристов достигнет 1,8 миллиарда человек.: - URL:<http://www.media.unwto.org/ru/press-release/2011-10-12/k-2030-godu-chislo-mezhdunarodnykh-turistov-vyrastet-do-18-milliardov> (дата обращения: 20.03.2023)

ТЕХНОЛОГИИ «УМНЫЙ ДОМ» В ГОСТЕПРИИМСТВЕ

¹Комарова Ю.А.

²Ноздря А.С.

¹ФГБОУ Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева,
г. Орёл, Россия
302015, г. Орел, ул. Наугорское шоссе, 29 а
Тел.: 89027526986
E-mail: yulua.komarova.02@gmail.com

²ФГБОУ Орловский государственный университет имени И.С. Тургенева,
г. Орёл, Россия
302015 г. Орел, ул. Приборостроительная, 47
Тел.: 89621388621
E-mail: alinakompgar@mail.ru

Abstract: The article discusses issues related to the management technologies of an intelligent hotel, the development of one of the technologies of the Internet of Things "Smart Home". It also describes the improvement of comfort and the future development of a "Smart Hotel". The following functions are affected: optimization of lighting, heating, security, energy consumption.

Keywords: Smart hotel, automation, digital technologies, hotel rooms.

Ключевые слова: Умный отель, автоматизация, цифровые технологии, гостиничные номера.

Автоматизация и контроль стали неотъемлемой частью современной жизни и обслуживания гостей [4, 5]. Постоянное развитие технологий делает быт людей более комфортным и безопасным. Одним из наиболее важных и быстроразвивающихся направлений развития в гостиничном деле являются технологии «Умный Дом». Управление различными электронными устройствами на расстоянии, алгоритмы контроля и управления – все это возможно благодаря современным устройствам системы. Для отелей по всему миру этот метод не нов. Система управления «Умный Дом» обеспечивает централизованное управление отелем, создавая дополнительный комфорт и безопасность как для гостей, так и для работы персонала.

По сути это Интернет вещей (IoT), который охватывает любое устройство, подключенное к нему для управления процессами, сбора данных или обмена информацией. От небольших устройств домашнего использования, таких как Amazon Alexa или Google Home, до услуг, установленных в автоматизированных объектах, что обеспечивает большую эффективность, индивидуальность и комфорт для жильцов и гостей.

Устройства, подключенные к Интернету Вещей, используются для улучшения обслуживания гостей и оптимизации системы управления отелем. Гости получают большие удобства, а владельцы и операторы отелей - выгоду от повышения эффективности обслуживания, экономии средств и удовлетворенности гостей [2]. Технологии «Умной комнаты» предназначены для предоставления гостям более широких возможностей контроля за окружающей средой. Отели с умными гостиничными номерами появляются по всему миру, обеспечивая оптимальные условия для гостей.

Сегодня автоматизация гостиничных номеров стала необходимостью, так как она обеспечивает безопасность и контроль (климата, освещения и т. д.), а также мультимедийные возможности в каждом номере. При помощи автоматизации уровень комфорта гостей повышается, обновляется имидж современного отеля и повышается конкурентоспособность «умных отелей» на рынке гостиничных услуг, а также снижается энергопотребление. [1].

Как правило, система автоматизации обладает следующими особенностями:

- гостевая карта может выполнять множество функций;
- предоставление VIP-удобств гостям;
- автоматическое включение и регулировка кондиционера по прибытии гостя;
- климат контроль;
- вся необходимая информация отображается онлайн на мониторе персонала;
- суперсовременный электронный глазок позволяет гостю видеть все, что происходит за дверью;
- разные режимы освещения;
- плавное включение/выключение света;
- функция сигнализации при неправильном использовании и др.

Интеллектуальный управляющий комплекс для отеля имеет различные системы, которые работают вместе на ограниченной территории. Он включает контроль за

освещением, климатическими устройствами, шторами и лифтами, а также аудио-видео систему, которая упрощает пребывание гостей и удовлетворяет их запросы.

Современный отель - это не только номера для проживания, но также и множество помещений общего пользования, таких как рестораны, бары и холлы. Оформление света, климата и создание приятной музыкальной атмосферы имеет огромное значение для гостей при заселении, так как все внимание уходит на комфорт внутри гостиницы [3].

Применение автоматизации в конференц-залах повышает качество проводимых мероприятий: гости, организаторы и персонал отеля могут легко управлять технологией зала с помощью сенсорного экрана и беспроводной связи, а системы освещения и AV автоматически отключаются вне рабочего времени, что позволяет сэкономить ресурсы.

Управление гостиничным комплексом включает централизованный пульт управления, позволяющий оперативно реагировать на запросы гостей. Например, можно заказать уборку номера или зарезервировать место в ресторане. Такая система повышает качество обслуживания в «умном отеле», обеспечивая более быструю и эффективную реакцию на потребности гостей по сравнению с традиционными методами управления. Систему можно настраивать под индивидуальные потребности гостей, а управление можно осуществлять с помощью панелей в каждом номере или выдаваемого при регистрации планшета.

Для владельцев и персонала отеля система автоматизации обеспечивает экономию энергоресурсов, минимизацию рисков, контроль аварийных ситуаций и удобство централизованного управления помещениями. Внедрение комплексной автоматизации и диспетчеризации здания является более выгодным, чем использование автономных инженерно-технических систем, как с экономической, так и с технической стороны. Благодаря использованию современного и инновационного оборудования и управлению интеллектуальными системами, удается достигать сокращения ежегодных коммунальных платежей на 15-30%.

Это связано с тем, что такие системы позволяют оптимизировать работу инженерных систем здания, регулируя их работу в зависимости от внешних условий и потребностей здания. Кроме того, система автоматизации и диспетчеризации позволяет эффективно контролировать потребление ресурсов и избежать излишних затрат, что значительно экономит средства за счет снижения коммунальных платежей. Она также предусматривает детекторы присутствия и программное обеспечение для планирования помещений, обеспечивая комфорт и безопасность. Все это делает «Умный отель» более привлекательным как для гостей, так и для владельцев и персонала [4].

Нами изучен мировой опыт создания умных отелей. Авторы исследований по этой теме отмечают, что умные широко распространены в Азии. В июле 2015 года в городе Сасебо (Нагасаки Префектура) был открыт первый в мире отель, где обслуживание посетителей осуществляют роботы. В отеле используют новейшие энергосберегающие технологии, включающие производство электроэнергии с помощью солнечных панелей, применение лампочек, экономящих энергию, а также использование датчиков движения, управляющих освещением в отеле и номерах в соответствии с местонахождением гостей.

Но, к сожалению, у данной системы есть свои минусы:

- высокая стоимость;
- длительное время установки;
- скорое старение системы

В последнее время в Китае активно развивается интеллектуальный гостиничный сервис. Вопросы развития системы «умный дом» были рассмотрены в научной литературе. Так Xia Хи считает, что на фоне масштабных экономических преобразований в Китае и повышения уровня потребления новых технологий, будущие годы станут золотым периодом для ускорения развития гостиничной индустрии, и «умный отель» постепенно станет вторым домом для путешествий людей [5].

Shulin Yang, Nan Yang, Jieping Hu, Guyang Wang большое внимание уделили вопросам проектирования и внедрения мобильной интеллектуальной системы «Умный дом» [6], дали полную характеристику системы и провели ее анализ. Установка данной системы в отелях может

улучшить условия проживания клиентов, повысить уровень безопасности и оптимизировать использование ресурсов. Это позволяет отелям увеличивать количество посетителей, улучшать качество обслуживания и повышать свою конкурентоспособность на рынке.

Отели с интеллектуальными технологиями работают и в России, например - отель Hyatt в г. Москве. Хотя такие отели и называют «умными», однако они не используют полный цикл роботизации и автоматизированы в основном системы освещения, кондиционирования воздуха в помещениях, различных умных гаджетов.

В марте 2020 года было объявлено о строительстве первого в России роботизированного отеля в экономической зоне «Иннополис» в Татарстане, который по основным показателям относят к категории смарт-отелей. Бюджет проекта составляет 500 млн руб.

Технологии «Умный дом» дают массу преимуществ - от комфортабельности до наивысшей безопасности. Прогресс не стоит на месте, и сегодня человек может отдохнуть в гостинице в максимально комфортных условиях, которые помогает создать система «умный дом».

Библиографический список:

1. Демури, В. Б. Использование интеллектуальных систем для управления гостиничными комплексами / В. Б. Демури. // Технические науки: проблемы и перспективы: материалы I Междунар. науч. конф. (г. Санкт-Петербург, март 2011 г.). — Санкт-Петербург: Реноме, 2011. — С. 48-52. — URL: <https://moluch.ru/conf/tech/archive/2/143/> (дата обращения: 02.04.2023).
2. Журнал про безопасность. — URL: <https://hran.im/umnyiymdom/signalizatsii/ohrannye-signalizatsii-dlyadoma.html> [Электронный ресурс] (Дата обращения 02.04.23).
3. Статья «Умный дом». — URL: <http://smart-house.kz/airing/> [Электронный ресурс] (Дата обращения 02.04.23).
4. Черняк, А. А. Система «Умный дом» / А. А. Черняк // Молодой ученый. — 2020. — № 52 (342). — С. 51-53.
5. Шмарков М.С. Концепция CRM-технологии в управлении взаимодействиями турагентства с клиентами / М.С Шмарков, К.М. Новикова, Е.А. Шмаркова // Экономическая среда. 2017. № 1 (19). С. 46-49.
6. Шмарков М.С. Автоматизация гостиничных предприятий как механизм повышения конкурентоспособности / М.С. Шмарков, Е.А. Шмаркова // Обеспечение устойчивого развития регионов в пространственной структуре экономики России Национальная (Всероссийская) научно-практическая конференция: сборник научных трудов. Под общей редакцией О.Е. Конобеевой. — 2018. С. 44-46.
7. Xia X. Design and Implementation of Mobile Intelligent Terminal Network Communication in Smart Home//International Conference on Energy, Power and Electrical Engineering. 2016. — URL: <https://www.atlantispress.com/proceedings/epee-16/25864816> (Дата обращения: 17.04.2023).
8. Shulin Y., Nan Y., Jieping H., Guyang W. Research on the Construction and Development of Smart Hotel from the Perspective of Serving Customers. 2nd International Conference on Education Science and Economic Management. 2016. — URL: <https://www.atlantispress.com/proceedings/icesem-18/25901129> (Дата обращения: 17.04.2023).

ПРОБЛЕМЫ ОРГАНИЗАЦИИ СЕРВИСА НА АВТОЗАПРАВОЧНЫХ СТАНЦИЯХ В КУРОРТНЫХ ДЕСТИНАЦИЯХ

Круглова Лорина Эрмондовна

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. техн. наук, доцент кафедры архитектуры, дизайна и экологии
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: (862) 253-12-57
E-mail: lorinakruglova@gmail.com

Abstract. The Sochi region attracts tourists, increases competitiveness, and develops tourist areas. Guests and residents evaluate the resort city by the quality of roads, comfort and convenience

of roadside service at gas stations. Effective improvement of services will ensure the comfort and safety of residents and guests of the resort city.

Ключевые слова: придорожный сервис, автозаправочные станции, комфортность и безопасность

Keywords: roadside service, gas stations, comfort and safety

Сочинский регион, обладающий уникальными природно-климатическими условиями, с богатым биологическим разнообразием, высоким потенциалом рекреационных и бальнеологических ресурсов, после Олимпиады получил модернизированную современную инженерную и транспортную инфраструктуру с развитой энергетикой, газификацией, транспортными комплексами, с обновленной сетью автомобильных и железнодорожных дорог и мостов. Сейчас город привлекает крупные потоки отдыхающих, повышает свою конкурентоспособность как курорт, развивает туристские и рекреационные территории, деловые и учебные центры. Изменяется облик города, повышается качество жизни жителей и гостей курорта. Значительное внимание уделяется проблемам экологических ограничений курортного региона, максимального снижения антропогенного воздействия при трансформации природных комплексов, уникальных ландшафтов прибрежных и горных территорий.

Туристские комплексы, курорты, развивающиеся с учетом экологических и природоохранных требований к ресурсосбережению, соблюдению экологической гармонии, становятся все более популярными и привлекают новых, экологически сознательных и подготовленных туристов. Экологический и эстетический комфорт является одним из главных факторов удовлетворенности туриста путешествием, отдыхом.

Современный Сочи протянулся вдоль восточного побережья Черного моря от Магри до реки Псоу. Сочи является самым длинным городом России и вторым самым длинным городом мира после Мехико, протяжённость которого составляет 200 км, а Сочи — 146 км. При этом ширина города Сочи — около 40 километров, это расстояние между побережьем Черного моря и горными отрогами. Из общей площади города-курорта в 3506 км², 81 % приходится на особо охраняемые территории и объекты (Кавказский природный биосферный заповедник, Сочинский общереспубликанский государственный природный заказник, Сочинский национальный парк). Город-курорт включает Лазаревский, Центральный, Хостинский и Адлерский районы с многочисленными курортными посёлками и селами. Граничит с Туапсинским, Апшеронским, Мостовским районами Краснодарского края, Республикой Адыгея, Республикой Абхазия.

Актуальной и острой проблемой является организация транспортного обслуживания жителей города и туристов [1]. Город-курорт занимает первое место в рейтинге по количеству машин на человека и является самым автомобилизированным городом России. на 1000 граждан приходится 442 автомобиля [2]. За 2022 год город-курорт принял 7,2 миллиона туристов. Это максимальное количество за последние 100 лет [3]. Ежедневно на личном транспорте около семи тысяч гостей пересекали пост Магри [4]. Ситуация на дорогах значительно ухудшается с началом курортного сезона, многие туристы предпочитают приезжать на отдых на личном транспорте, что увеличивает нагрузки на транспортную сеть. Кроме того, распространены и популярны услуги такси и каршеринга, поэтому практически постоянно возникают проблемы с трафиком, особенно по таким артериям, как между посёлками Дагомыс и Лазаревское, от Курортного проспекта до санатория Южное Взморье, Центральному району Сочи, улице Гастелло в Адлере и др.

Гости сочинского региона оценивают город-курорт по качеству дорог, комфортности и удобства придорожного сервиса на автозаправочных станциях. Согласно карте придорожного сервиса, разработанной департаментом потребительской сферы Краснодарского края, вдоль трасс намечены к строительству объединенные и подчиненные определенным стандартам многофункциональные комплексы (МФК), включающие автозаправочные станции, гостиницы и кафе [5]. Работа МФК направлена на то, чтобы сделать федеральные и главные региональные дороги более привлекательными и удобными для потребителя.

Туристы, путешествующие на личном транспорте, в одном месте, в многофункциональной зоне могут заправить топливом автомобиль, отдохнуть в комфортных условиях, пообедать в кафе, купить продукты и необходимые в дороге товары, переночевать.

МФК подразделяются на два типа и выбор при размещении вдоль автомобильных дорог общего пользования федерального, регионального и межмуниципального значения определяется исходя из интенсивности движения (среднего количества транспортных единиц в сутки в период пиковой нагрузки). Первый тип — при интенсивности движения до 20 тысяч транспортных единиц в сутки, земельный участок площадью не менее 7000 кв. м; в состав входят автозаправочная станция (бензин, дизельное топливо газомоторное, заправка электромобилей), автосервис (шиномонтаж и техобслуживание), торговый павильон, объект общественного питания, площадки отдыха (беседки, оборудованные столами и скамейками для отдыха и приема пищи, мусоросборники), павильон бытового обслуживания (душевые кабины, туалеты), ярмарка по реализации сельскохозяйственной продукции, состоящая из четырех торговых секций и одного бытового модуля. Второй тип — при интенсивности движения свыше 20 тысяч транспортных единиц в сутки, земельный участок не менее 15 000 кв. м; в составе должно быть дополнительно обустроена автомойка для грузовых и легковых машин, гостиница, прачечная и аптека.

По мнению экспертов, развитие многофункциональных комплексов сервиса целесообразно осуществлять на базе АЗС [5]. Планируется, что основными инвесторами МФК будут выступать крупные нефтяные компании, которые заинтересованы в возможности повысить конкурентоспособность своих АЗС. Отмечается, что для сетей АЗС развитие бизнеса по продаже продовольственных и сопутствующих товаров, предоставление услуг общественного питания и гостиничного бизнеса является значимой статьей доходов, может быть выгодно привлечение владельцев гостиничного и ресторанного бизнеса. Результатом такого проекта станет рост туристического потока, создание новых рабочих мест, выручки предприятия, дополнительные поступления в бюджет региона. Пять лет функционирует МФК, открытый в 2017 году на 56-м километре федеральной автомобильной дороги М-4 «Дон» на АЗС ЛУКОЙЛ. Гостям предлагаются различные сервисные зоны на площади 470 кв. м, включающие ресторан, кафе, магазин, детскую площадку, комнаты отдыха, Wi-Fi и многое другое [5]. Отмечается, что бренд АЗС известной нефтяной компании, расположенной рядом, будет служить для потенциальных клиентов ресторана, кафе и мини-отелей гарантом качества, а нефтяные компании будут следить за качеством предоставляемых услуг, поскольку дорожат своим имиджем. Многофункциональный комплекс предполагает большую пропускную способность от тысячи людей в сутки. Комбинат питания будет включать разнообразный ассортимент блюд и свежую еду. Кроме того, такие комплексы будут чаще подвергаться проверке со стороны Роспотребнадзора.

Проведено социологическое исследование с целью определения востребованности клиентами АЗС сервисных предложений, реализация которых отвечает их представлениям о высоком уровне качества и комфорта обслуживания. Опрос проводился методом личного формализованного интервью «face-to-face» на АЗС города-курорта. В ходе социологического исследования было опрошено 160 респондентов. Из них 75 % мужчин, 25% женщин. По возрасту: 18–35 лет — 34 %, 36–50 лет — 43%, 51–65 лет — 18 %, 66 лет и старше — 5 %.

Согласно результатам исследования, на вопрос о том, удовлетворены ли вы качеством услуг, предоставляемых на АЗС, большинство респондентов (76 %) ответили утвердительно, отмечая при этом значимость бренда АЗС, гарантирующего качество, при выборе места покупки (43 %), учитывая высокие требования к качеству топлива для современных автомобилей. Причем, 74 % мужчин и 57 % женщин удовлетворены культурой обслуживания, предоставляемой на АЗС, отмечая среди факторов, определяющих уровень обслуживания клиента, такие, как компетентность персонала (38 %), настроение и желание помочь (24 %), скорость обслуживания (31 %), отсутствие очередей (54 %).

Далее предлагалось оценить факторы выбора АЗС в области сервиса (рис. 1).

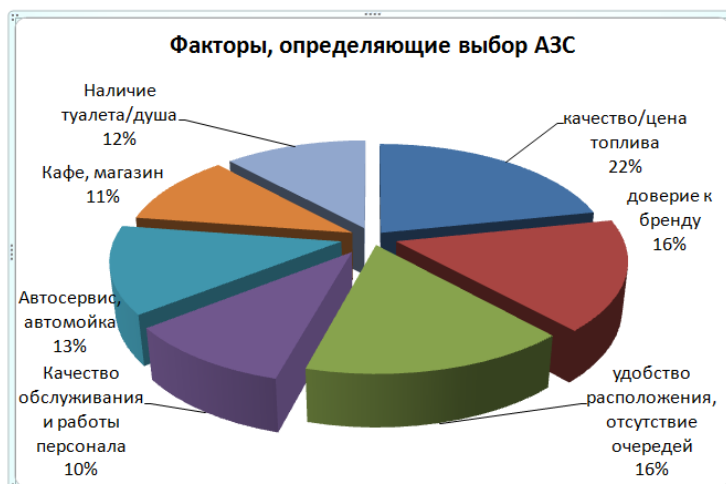


Рис. 1. Факторы, определяющие выбор автозаправочной станции

Более трети опрошенных определяющими показателями назвали чистый и просторный санузел / отдельный санузел для мужчин и женщин (41 %), возможность оставить авто на парковке под присмотром (18 %), купить кофе/воду/напитки (37 %), купить быструю еду/выпечку (24 %).

Часть респондентов указывает, что на АЗС нужны дополнительные сервисы, такие, как очистка и мойка лобового стекла (36 %), автомойка (22 %), техпомощь (16 %), подкачка шин (14 %), возможность рассчитаться, не выходя из машины (12 %). 28 % опрошенных считают, что персонал АЗС не должен навязывать дополнительные сервисы, 52 % респондентов отметили, что предпочитают заправляться топливом на АЗС в основном за доверие к бренду, стоимость топлива и уровень сервиса в этом случае имеют меньшее значение.

По поводу факторов выбора АЗС и сервисного обслуживания голоса респондентов распределились следующим образом: молодые люди в возрасте 18-35 лет выбирают АЗС в основном, ориентируясь на удобство расположения (67 %), отсутствие очередей (53 %), наличие еды, кофе (42 %), культура и вежливость персонала (36 %). Респонденты от 36 до 50 лет пользуются, как правило, одной или двумя конкретными АЗС, заранее планируют место заправки, отмечая при этом качество топлива (78 %), меньшую стоимость заправки (47 %), отсутствие интереса к сопутствующим товарам и продуктам (39 %).

Таким образом, территория АЗС, обладая дополнительным потенциалом за счет сервисных составляющих в виде авторемонтного и шиномонтажного участков, кафе, магазина, зон отдыха и благоустройства, способна стать востребованным многофункциональным пространством.

Эффективное усовершенствование продуктов и услуг на АЗС позволит обеспечить удовлетворение требований жителей и гостей города-курорта к комфортности и безопасности, способствует сохранению удобной и благоприятной среды для участников автотранспортного процесса.

Библиографический список:

1. Панченко Е.Л. Проблема трафика и развитие туристической индустрии в городе-курорте Сочи в условиях постпандемии // Научно-практический журнал «Вестник Университета Российской академии образования» № 1/2021, с. 97 – 104. – URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46173652>
2. Сочи обогнал Москву в рейтинге количества автомобилей // [Электронный ресурс]: МК Кубань – URL: <https://kuban.mk.ru/social/2021/06/11/sochi-obognal-moskvu-v-reytinge-kolichestva-avtomobiley.html>
3. Сочи за год посетило рекордное за последние 100 лет количество туристов // [Электронный ресурс]: Интернет-газета «Реальное время» – URL: <https://realnoevremya.ru/news/269761-v-2023-godu-v-sochi-posetili-7-millionov-turistov>

4. За четыре месяца в Сочи отдохнули свыше 3,4 миллиона туристов // [Электронный ресурс]: МК Кубань – URL: <https://kuban.mk.ru/social/2021/08/30/za-chetyre-mesyaca-v-sochi-otdokhnuli-svyshe-34-milliona-turistov.html>

5. Бизнес у обочины по новым правилам // [Электронный ресурс]: Сетевое издание «Юг Times» – URL: <https://yugtimes.com/news/51366/>

НАУЧНОЕ ОБОСНОВАНИЕ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И СТРОИТЕЛЬСТВА РЕКРЕАЦИОННОГО ПЛЯЖА В Г. СВЕТЛОГОРСКЕ КАЛИНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Макаров Константин Николаевич

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
доктор технических наук, профессор кафедры Строительства и сервиса
354008, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая, 7
тел.: 8 (862) 253–12–66
E-mail: ktk100@mail.ru

Abstract. The composition and content of the scientific justification of the project of an artificial sandy beach under the protection of beach-holding structures are considered. The project site is located in Svetlogorsk, Kaliningrad region. As part of the scientific justification, several variants of structures and their configurations were considered. During the implementation of the project, its scientific and technical support is carried out.

Ключевые слова: искусственные пляжи, пляжеудерживающие сооружения, подводный карьер, намыв пляжа

Keywords: artificial beaches, beach-holding structures, underwater quarry, beach alluvium

Участок для создания нового рекреационного искусственного песчаного пляжа в г. Светлогорске Калининградской области расположен в центральной части города и включает Светлогорскую бухту (рис. 1).

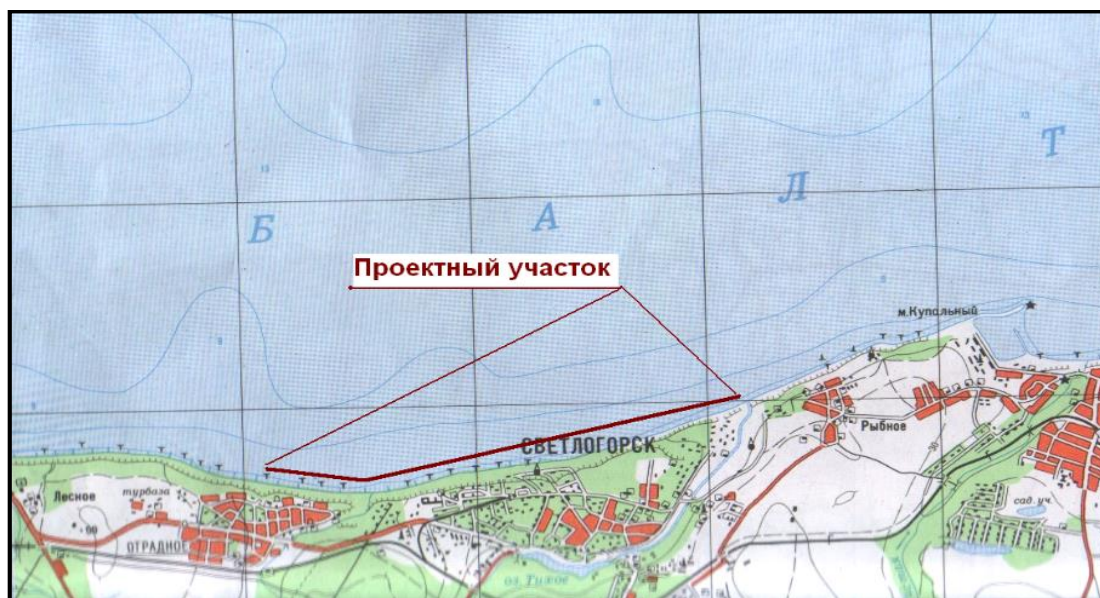


Рис. 1. Проектный участок на побережье Светлогорской бухты

До реконструкции на участке проектирования располагался променад сквозной конструкции, перед которым был песчаный пляж шириной 5 – 8 м. Такая ширина пляжа не позволяла погасить штормовые волны. Кроме того, пляж не соответствовал требованиям рекреации. В Светлогорской бухте, как и на ряде других участков побережья, в некоторых местах еще сохранились деревянные буны немецкой постройки.

Для обеспечения надежной волногасящей способности пляжа, а также рекреационных требований было принято решение о создании на рассматриваемом участке побережья Калининградской области искусственного песчаного пляжа шириной 70 м и более в надводной части в штиль.

Поскольку объемы искусственных отсыпок при создании песчаных пляжей весьма значительны (до 500 м³ на 1 погонный метр берега), создание пляжа предусматривает его намыв и подводного песчаного карьера, найденного в результате инженерных изысканий на глубинах 20 – 27 м примерно на траверзе г. Зеленоградска (рис. 2).



Рис. 2. Подводный карьер песчаного пляж, обнаруженный в результате инженерных изысканий

При научном обосновании проекта, согласно рекомендациям [1], были рассмотрены несколько вариантов создания пляжа:

- свободный пляж полного профиля в отсутствие каких-либо пляжеудерживающих сооружений;
- пляж под защитой системы бун, перекрывающих значительную часть фронта вдольберегового переноса наносов;
- пляжеудерживающие сооружения в виде сочетаний бун с волноломами;
- пляж под защитой системы волноломов, удаленных от проектного уреза воды;
- пляж в виде искусственных бухт, образующихся между волноломами, приближенными к берегу.

Согласно [1] и в соответствии с заданием на выполнение математического моделирования, при научном обосновании проекта решались следующие задачи:

- расчет отметок уровня моря заданной обеспеченности в многолетнем плане;
- определение высоты, длины и периода волн в штормах обеспеченностью 4% в режиме (1 раз за 25 лет) в секторе направлений от запада до северо-востока;
- расчет скоростей течений в штормах от всех направлений в прибрежной зоне моря;
- моделирование волновых нагрузок и воздействий на проектируемые сооружения (променады, бунны, волноломы);
- расчет исходных отсыпок искусственного пляжа и его периодических пополнений для всех вариантов пляжеудерживающих сооружений;
- моделирование мутности воды при распространении наиболее мелкодисперсного песчаного материала во время намыва пляжа;

В рамках научно–технического сопровождения строительства решались следующие задачи:

1. Расчет прочности ткани технотубов в волноломах при их заполнении песком под высоким давлением.
2. Расчет устойчивости технотубов при волновом воздействии в строительный период (когда они еще не засыпаны камнем).
3. Уточнение массы камня в волноломах.
4. Подтверждение устойчивости проектных волноломов как единого сооружения против сдвига при волновом воздействии.
5. Уточнение длин свай и глубины их погружения в грунт по данным актуальных промеров глубин.
6. Моделирование волновых воздействий на различные участки бун при волновом воздействии в строительный период.
7. Оценка устойчивости плит покрытия бун в пространстве между сваями.
8. Определение параметров трубошпунта для временной защитной стены на период строительства.
9. Моделирование сооружений искусственного острова–склада для хранения камня, предназначенного для засыпки бун и строительства волноломов.

Были даны также рекомендации по организации строительства. В частности, рекомендовано вести строительство пляжеудерживающих сооружений на первом этапе навстречу естественному вдольбереговому потоку наносов. Сначала строить буну №4, затем буну №3 (основные буны), после них – буны №№ 5 и 6 (буны для исключения низового размыва). Волноломы могут строиться одновременно с бунами. Очередность строительства волноломов рекомендовано принять следующей: волноломы №№ 16, 15 и так далее – до 12 волнолома. Процесс возведения сооружений показан на рис. 9.



Рис. 9. Строительство пляжеудерживающих сооружений в Светлогорске

Таким образом, в рамках рассматриваемого проекта, специалистами СГУ выполнено научное обоснование проекта строительства пляжного комплекса. В настоящее время ведется научно–техническое сопровождение строительства.

Библиографический список:

1. СП 277.1325800.2016. Сооружения морские берегозащитные. Правила проектирования. – М., Минстрой РФ, 2016.
2. СП 38.13330.2018. Нагрузки и воздействия на гидротехнические сооружения (волновые, ледовые и от судов). – М., Минстрой РФ, 2018.
3. СП 58.13330.2019. Гидротехнические сооружения. Основные положения. – М., Минстрой РФ, 2019.

4. Руководство по методам исследований и расчетов перемещения наносов и динамики берегов при инженерных изысканиях. – М., Гидрометеиздат, 1975.
5. Рекомендации по расчету искусственных свободных песчаных пляжей. – М., Минтрансстрой, ЦНИИС, 1982.
6. Руководство по морским гидрологическим прогнозам. – С. Петербург, Гидрометеиздат, 1994.
7. Макаров К.Н. Программный комплекс гидродинамических и литодинамических расчетов "Берег". Версия 3.0. / К.Н. Макаров, А.А. Николенко // Свидетельство об официальной регистрации программы для ЭВМ №950056 в РосАПО от 17.02.95.
8. Макаров К.Н. Программный комплекс для расчета параметров волн в окраинных морях / К.Н. Макаров, А.А. Николенко, Ю.Р. Погорельцев // Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2020617883 от 15.07.2020.
9. Макаров К.Н. Программа расчета элементов волн в прибрежной зоне моря при наличии подводных каньонов. / К.Н. Макаров, Катлине Коблев А.Х. // Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ № 2013618846 от 19 сентября 2013 г.
10. Макаров К.Н. Программа расчета динамики свободных пляжей и пляжей под защитой пляжеудерживающих сооружений, в том числе на искусственных островах. / К.Н. Макаров, Н.К. Макаров, Ю.Р. Погорельцев // Свидетельство о государственной регистрации программы для ЭВМ №2014617856 от 05.08.2014.

СЕЛЬСКИЕ КУОРТЫ СОЧИ КАК МОДЕЛЬ УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КУОРТНОЙ МЕСТНОСТИ В КОНТЕКСТЕ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ: ПРАКТИКА И ИННОВАЦИИ

¹ **Платонов Андрей Петрович**

² **Кочарский Лев Савельевич**

¹ФГБУН «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр российской академии наук», г. Сочи, Россия
канд. экон. наук
354000, Россия, г. Сочи, ул. Яна Фабрициуса, 2/28
Тел.: +7 (862) 200-18-22,
E-mail: platonov2014@yandex.ru

²ФГБУН «Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр российской академии наук», г. Сочи, Россия
354000, Россия, г. Сочи, ул. Яна Фабрициуса, 2/28
Тел.: +7 (862) 200-18-22,
E-mail: wklev@yandex.ru

Abstract: the article discusses the development of rural resorts in the Sochi region and how it can help to redistribute tourist flows from the coastal area to the mountainous regions. Additionally, sustainable tourism in rural areas can minimize negative effects on the environment and benefit local communities by reducing poverty.

Ключевые слова: курорты, туризм, сельский туризм, этнотуризм, национальная политика, развитие сельских территорий, сельские курорты.

Key words: resorts, tourism, rural tourism, ethnotourism, national policy, rural development, rural resorts.

Развитие курортной местности, тесно связано с устойчивым туризмом, который заключается в обеспечении баланса социально-экономического развития территории, сохранения окружающей среды, природного и историко-культурного наследия. Оно основано на принципе ответственного и осознанного использования природных ресурсов и

социальных возможностей с целью минимизации негативного воздействия на окружающую среду и население региона [1].

Сочи - город на черноморском побережье России, который славится не только своими горнолыжными курортами и пляжами, но и уникальными сельскими районами, граничащими с особо охраняемыми природными территориями. Курортная составляющая Сочи включает в себя прибрежные зоны (городская черта) и сельские районы (сельские округа). Оба типа курортных территорий предлагают туристам разнообразные виды санаторно-курортного лечения, восстановительной реабилитации и активного отдыха. В проекте Генерального плана муниципального образования городской округ Город-курорт Сочи Краснодарского края до 2032 года и в проекте Стратегии социально-экономического развития муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края на период до 2035 года предусмотрено развитие сельских курортов и курортных поселков как важного элемента развития города-курорта Сочи и туризма в регионе.

Важность курортной составляющей в Сочи заключается в том, что она позволяет устойчиво развивать курортный регион, обеспечивая не только экономический рост, но и сохранение природных и культурных ресурсов. По нашему мнению, сегодня сельские курорты станут центрами притяжения туризма, так как они могут предложить уникальный опыт для туристов – сельский туризм с великолепными пейзажами, чистым воздухом, тишину и возможность познакомиться с местной культурой. Обеспечат качественными услугами, доступностью и безопасностью, а также возможностями для туристов узнать больше о местной культуре и природе. Современное увеличение числа туристов может привести к негативным последствиям, таким как загрязнение воды и почвы, потеря биоразнообразия, перенаселение и утрата культурных традиций [2]. Устойчивый туризм в сельских территориях помогает минимизировать эти проблемы, сохраняя природу и культуру региона и обеспечивая благосостояние местных сообществ.

Основными источниками для написания данной статьи стали последние труды российских ученых и разработки авторов [9]. Например, в 2019 г. проведено масштабное исследование «Текущее состояние сельского туризма в России (Ясницкая, 2020). Помимо этого, по мнению специалистов, устойчивое развитие туризма на сельской территории способствует сокращению бедности (Лебедева, Копылова, 2019).

«Сельский курорт — освоенная и используемая в лечебно-профилактических целях особо охраняемая территория, располагающая природными лечебными ресурсами с развитой инфраструктурой в границах сельской административно-территориальной единицы, которая помимо основной функции по производству и реализации сельскохозяйственной продукции специализируется на оказании комплекса услуг сельским туристам, используя сельскохозяйственные, природные, культурно-исторические, национально-культурные и иные ресурсы сельской местности, в том числе особо охраняемые объекты туристического показа. Сельские курорты могут быть федерального, регионального и местного значения [10].

Курортная деятельность в городе-курорте Сочи включает в себя организацию и функционирование горноклиматических курортов, низкогорных сельских курортов и прибрежных курортных зон, где создаются условия для лечения, оздоровления, отдыха и развлечений гостей курорта и туристов. Связь между прибрежными и сельскими курортами в Сочи заключается во взаимном дополнении и усилении города как курорта и его туристического потенциала. Комбинация этих двух элементов позволяет Сочи привлекать различные группы туристов и создает условия для устойчивого развития курорта и оздоровления курортников.

Туризм в курортных и некурортных местностях России имеет свои особенности, которые определяются законодательными актами, развитием инфраструктуры и предоставляемых услуг, а также наличием или отсутствием оздоровительных ресурсов и программ развития туризма. В то время как курортные местности обычно характеризуются более разнообразными и высококачественными услугами для туристов, некурортные местности могут предложить альтернативные виды туризма и менее традиционные туристические маршруты.

В России необходимо соблюдать ряд требований и правил, таких как разработка и утверждение проекта организации курортной зоны, контроль за качеством предоставляемых услуг, создание системы оценки и сертификации курортов и оздоровительных учреждений [4].

Развитие сельских курортов в Сочи является стратегически важным направлением для диверсификации туристического потенциала региона и повышения качества предоставляемых услуг. Их развитие направлено на сохранение природного и культурного наследия региона, создание экологических троп и парков, привлечение туристов к экотуризму и агротуризму, что говорит о том, что на сельских курортах в Сочи используются различные природные ресурсы, такие как леса, горы, реки, озера и т.д. Таким образом, сельские курорты Сочи представляют собой важную составляющую в системе устойчивого развития региона и туризма, способствуя сохранению природного и историко-культурного наследия, стимулированию экономического развития и улучшению качества жизни местного населения.

Сельские курорты (глубинные территории) уже играют важную роль в развитии сельского хозяйства, агротуризма и обеспечивают благосостояние местных сообществ, используют местные продукты и услуги, поддерживают местную экономику и культуру [5].

Некоторые из самых популярных сельских курортов в Сочи включают «Роза Хутор», «Горки Город», «Красная Поляна». Эти курорты известны своими фешенебельными отелями, ресторанами и барами, а также широким спектром развлечений и услуг для туристов.

Таблица № 1. Предлагаемые к проектированию, новые сельские курорты в глубинных территориях г. Сочи (Источник – разработка авторов Концепции)

Внутригородские районы	Сельские (поселковые) Округа)	Сельские населённые пункты, штук	Проектируемые новые сельские курорты г. Сочи, штук
1. Адлерский	4	29	9
2. Лазаревский	6	39	10
3. Хостинский	2	11	9
4. Центральный	-	-	-
Всего	12	79	28

С учетом имеющегося туристского потенциала, необходимого для развития туризма в сельских округах курорта Сочи, авторами данного исследования рекомендовано создать 28 новых сельских курортов.

В таблице № 1 они распределены по внутригородским районам города. Туристский потенциал для создания сельских курортов образуют имеющаяся первичная материально-техническая база и инфраструктура, природные объекты показа, историко-культурное наследие, благоприятная экология и туристические маршруты, потребительский спрос на туристические поездки в сельскую местность и другое. Формированию сельских курортов г. Сочи в его глубинных территориях будет способствовать перераспределение туристских потоков вдоль «Шелкового пути» от прибрежной полосы в предгорные и горные зоны (глубинные территории). Реализация этой задачи предусмотрена Концепцией развития туризма в городе-курорте Сочи до 2035 г. (см. рис. 1) [10].

Сельские территории г. Сочи обладают рядом бесспорных ресурсных преимуществ, которые еще не трансформированы в факторы производства новых туристских продуктов сельских курортов. Решение этой задачи позволит получить курорту Сочи следующие конкурентные преимущества:

- расширить номенклатуру туристского продукта, предлагаемого рынком всего курорта;
- сформирует дополнительный потребительский спрос на туристский продукт курорта;

- разгрузит чрезмерные туристские потоки прибрежного туристского кластера г. Сочи и горнолыжного курорта «Красная поляна» в пик туристического сезона.

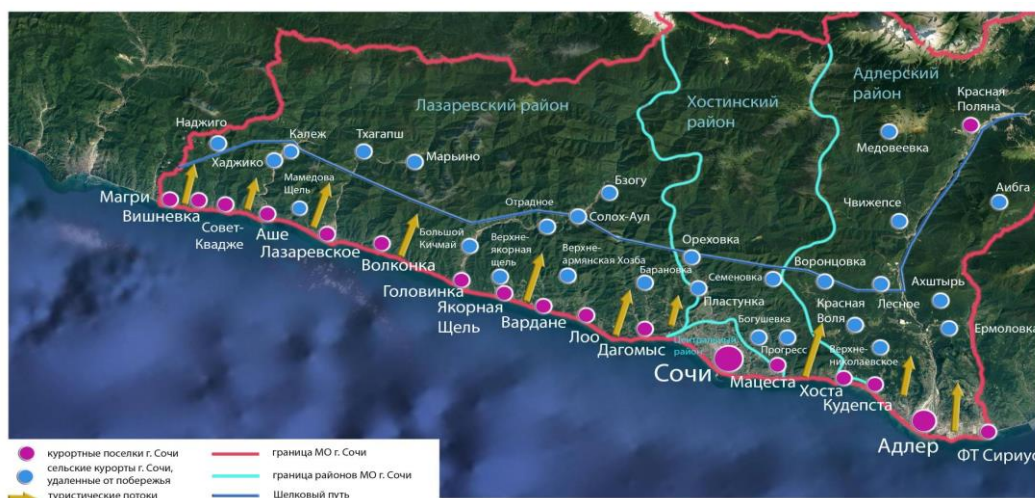


Рис. 1. Перераспределение туристских потоков вглубь глубинной (предгорной) территории г. Сочи

(источник - разработка авторов исследования на основе материалов концепции Ампсалида)

Создание сельских курортов приведет к существенному развитию инфраструктуры сельских поселений на курорте Сочи, повысит жизненный уровень их населения. Сельские курорты в Сочи имеют несколько устойчивых особенностей, которые помогут сохранять природу и культуру региона и обеспечивать благосостояние местных сообществ. Например, многие курорты используют возобновляемые источники энергии, такие как солнечные батареи или гидроэлектрические установки, чтобы уменьшить свой углеродный след. Кроме того, они используют местные продукты и услуги, чтобы поддерживать экономику и культуру региона. Устойчивый туризм может иметь положительное влияние на местные сообщества и окружающую среду, обеспечивая благосостояние местных жителей и сохраняя природу и культуру региона. Курорты, которые используют возобновляемые источники энергии, могут уменьшить свой углеродный след и помочь сохранить природу региона [6].

Устойчивый туризм становится все более важным в современном мире, где ресурсы становятся все более ограниченными. Современные вызовы устойчивого туризма включают в себя необходимость уменьшения углеродного следа туризма и сохранения природных и культурных ресурсов регионов. Однако, устойчивый туризм также представляет возможность для развития экономики и улучшения жизни местных сообществ. Курорты, которые развивают устойчивый туризм, могут стать центрами инноваций, создавая новые технологии и бизнес-модели, которые помогут сохранить природу и культуру региона [7].

Устойчивый туризм в сельской местности играет значительную роль в развитии туристического сектора. Этот аспект находится на стыке экологии, экономики и социальной ответственности, и его целью является создание модели туризма, которая была бы благоприятной для природы, местного населения и посетителей. Сельские курорты представляют собой уникальную возможность для курортников получить лечебные и восстановительные процедуры, погрузиться в атмосферу и культуру региона, общаться с природой, отдохнуть от городской суеты и оценить местные традиции и образ жизни.

Важность сельских курортов в контексте устойчивого туризма заключается в том, что они становятся значительным источником дохода для местных жителей. Это может привести к созданию новых рабочих мест, улучшению инфраструктуры и укреплению местной экономики. Важно подчеркнуть, что такое развитие должно быть сбалансированным и управляемым, чтобы не нанести вреда окружающей среде или местной культуре. Устойчивый туризм также

способствует сохранению и защите природы и культуры региона [8]. Путем обеспечения управляемого потока туристов, соблюдения экологических стандартов и содействия в сохранении местных традиций и обычаев, сельский туризм может сыграть ключевую роль в сохранении биоразнообразия и культурного наследия для будущих поколений.

Учитывая, что в проектах Стратегии и Генерального плана, не определено правовое положение и статус города Сочи, как курорта и его сельских курортов, что, по нашему мнению, не позволяет комплексно обеспечить баланс социально-экономического развития региона, сохранение окружающей среды, природного и историко-культурного наследия города. По нашему мнению, в рамках проектах Стратегии и Генерального плана необходимо определить статус и правовое положение города Сочи как курорта в том числе сельских курортов.

Библиографический список:

1. Абряндина В.В. Развитие малых форм хозяйствования на основе туризма сельских территорий / В.В. Абряндина, М. А. Здоров //: М. 2015. 177 с.
2. Ветитнев А.М. Некоторые аспекты оценки экономического влияния овертуризма на принимающую дестинацию / А.М. Ветитнев, Д.В Чигарев // Сочинский государственный университет - 2022. С. 14–27.
3. Клочко Е. Н. Повышение конкурентоспособности туристского рынка Краснодарского края в современных условиях / Е. Н. Клочко, В. А. Дианова // Естественно-гуманитарные исследования. 2021. № 35(3). С. 126–129.
4. Клочко Е. Н. Этнический туризм в Краснодарском крае: проблемы и перспективы развития / Е. Н. Клочко, Л. В. Коваленко, В.Н. Муха // Вестник Академии знаний. 2021. № 1 (42). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/etnicheskiy-turizm-v-krasnodarskom-krae-problemy-i-perspektivy-razvitiya> (дата обращения: 18.03.2022).
5. Кучина О. В. Проблемы и перспективы туризма на сельских территориях Российской Федерации / О. В. Кучина. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет сервиса и экономики, 2013. 127 с.
6. Кучина О. В. Туризм на сельских территориях: проблемы дефиниций // Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. 2012. № 4 (14). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turizm-na-selskih-territoriyah-problemy-definitivy> (дата обращения: 18.03.2022).
7. Лебедева И. В. Методическое пособие «Сельский туризм как средство развития сельских территорий» / Лебедева И. В., Копылова С.Л. Москва: АНО «АРСИ», 2018. 164 с.
8. Рындин А.В. Организационно-методические и экономические основы создания сельских курортов в глубинных территориях г. Сочи / А.В. Рындин, А.А. Платонов, А.А. Сарян, Л.С. Кочарский // Экономика региона. 2022. № 4.
9. Рындин А. В. Трансформация сельских территорий г. Сочи в сельские курорты как пример формирования субтропических агродестинаций / А.В. Рындин, А.А. Платонов, А.А. Сарян // Субтропическое и декоративное садоводство. – 2022. – № 81. – С. 17-36. – DOI 10.31360/2225-3068-2022-81-17-35. – EDN GUOPOW.
10. Ясницкая А. О. Сельский туризм в России. Молодые аграрии Ставрополя: сб. студенческих науч. тр. по мат-лам 85-й науч.-практ. конф., Ставрополь, 23 апр. 2020 г. Ставрополь, Издательство "АГРУС". С. 196-199.

КОМПЛЕКС МЕРОПРИЯТИЙ ПО ОЗДОРОВЛЕНИЮ ПРИБРЕЖНЫХ РЕКРЕАЦИОННЫХ ТЕРРИТОРИЙ

Приходько Людмила Николаевна

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», Сочи, Россия.
канд. техн. наук, доцент кафедры Строительства и сервиса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8(918)904-70-68,
E-mail: miladon1@yandex.ru

Abstract: The article proposes to create a mobile detachment of marine catamarans, in which a cleaning device such as rotating biobarabans with a ruff nozzle and a decontamination preparation unit can be placed between two floating pontoons, which will use a pumping unit to water beach areas before the start of the day or early in the morning when the coast is still deserted.

Ключевые слова: Экология, катамараны, обеззараживание, черноморское побережье, очистная установка.

Keywords: Ecology, catamarans, disinfection, Black Sea coast, sewage treatment plant.

Важнейшая экологическая, а одновременно и социально-экономические задачи руководства Краснодарского края – создание условий для безопасного отдыха жителей и гостей Большого Сочи и других курортных городов Причерноморья.

Проблема в качестве морской воды побережья. Это качество, в первую очередь, зависит от состояния ливневой канализации, сетей бытовой канализации, стабильности и эффективности работы очистных станций канализации, системы выделения, переработки и подготовки к утилизации осадков сточных вод.

В городе Сочи выпадает до 1,5 м в год слоя атмосферных осадков [1]. При площади застройки в Центральном районе города – около 2000 га, в Хостинском – около 1000 га, Адлерском – около 1000 га, до половины этой площади занято дорогами, тротуарами, крышами, т.е. водонепроницаемыми поверхностями. А это значит, что около 30 млн кубических метров воды в год уносит в море тысячи тонн механических примесей [1], сотни тонн нефтепродуктов и сотни тонн органических веществ, фекалий птиц, домашних животных. Зоомагазины города ежедневно реализуют населению не менее 10 тонн кормов для кошек и собак в том числе на неканализованной территории города, а её сейчас до 30% от всей территории, есть и другая живность (куры, утки, КРС и т.д.), дающая органические вещества в ливневую сеть. К сожалению, на ливнеотводящей сети города нет ливнеочистных сооружений или они не работают, так как нет обслуживания.

Пока ничего положительного нельзя сказать и об эффективности работы новых канализационных очистных станций в Красной Поляне, Адлере и в Центральном районе на реке Бзугу. Ещё хуже обстоит дело с осадками сточных вод. Сети электроснабжения всех очистных станций не имеют резерва и отключение электричества вызывает проблемы работы насосных и воздуходувных станций, а сточные воды и их осадки уходят в море без переработки.

Таким образом, на сегодняшний день в срочном порядке необходимо решить экологические проблемы питьевого водоснабжения, обслуживания водозаборов, упорядочения ливневых сетей и ливнеочистных сооружений на территории, прилегающей к руслам рек Мзымта и Сочи до водозаборов, упорядочению и эффективности работы всех очистных станций канализации, выделению и переработке осадков городских сточных вод.

Естественно, нужно ориентироваться на эффективные методы переработки осадков, но не дорогостоящие и энергозатратные. Новые очистные станции канализации были построены вдвое дороже, чем можно было бы при ориентации на современные технологии и оборудование, созданные отечественными учёными и специалистами, апробированные в условиях г. Сочи и получившие признание в арабских странах, странах содружества, но заблокированные в России. Речь идёт о конструкции очистных станций типа «Мегаполис» [2], биокомпостировании осадков сточных вод, доочистке стоков в биореакторах с ершовой насадкой и многим другим.

На ливнеотводящих сетях следует использовать опыт задействования регулирующих резервуаров с отстаиванием и накоплением осадков ливневых вод и последующей доочистки дождевой воды фильтрационными и сорбционными методами со сменными патронными фильтрами и картриджами [3,4].

В городе Сочи актуальны на сегодняшний день:

– очистные станции дренажных вод из-под рекультивированных свалок, например, в Адлере, загрязняющей воды р. Хероты;

– очистная станция мусороперерабатывающего завода г. Сочи;

- замена трубопроводов канализационных сетей к очистной станции канализации пос. Дагомыс;
- переброска сточных вод очистной станции Хосты на новые адлерские очистные сооружения в ночное время;
- восстановление или строительство новых глубоководных выпусков в море.

Об использовании вместо сушки осадков на очистных станциях Адлера и Центрального района био- и вермикомпостирования [5]. Этот вариант подготовки к утилизации осадков сточных вод открывает путь к решению других социально-экономических и экологических проблем г. Сочи, в первую очередь, обеспечения зелёного хозяйства города, красоты его скверов, цветников, а также пищевой базы. Немаловажно, что такой метод переработки осадков сточных вод исключает необходимость увеличения вдвое платежей за пользование канализацией. Хотя роста стоимости канализации не обойтись, т.к. переоснащение уже построенных цехов сушки осадков, биореакторов доочистки сточных вод потребует и новых капиталовложений. Но этот рост не превысит 10...20 % от уровня нынешних платежей.

Кстати, при производстве органоминеральных удобрений из осадков городских сточных вод вермикомпостированием будут задействоваться и осадки ливневых вод из накопительных резервуаров, так как для работы червей необходимы примеси из песка и других минеральных частиц. В г. Сочи в летнее время буйно растут сорные растения, нужна организация, перерабатывающая сорную растительность, что будет способствовать биокомпостированию илов очистных станций канализации, глубокой очистке ливневых вод, где использование измельчённой растительности очень желательно, так как её после использования в очистке ливневых вод можно использовать в системе переработки в удобрение осадков городских сточных вод. Целесообразно и экономически, и экологически ориентироваться на местное сырьё и сорбенты.

Ливневые сточные воды г. Сочи по статистическим данным содержат механических примесей от 200 до 1000 г/м³, а при организации на ливнеотводящих сетях только накопительных сооружений отстойного типа позволит на 60...80% снизить поступление в море и реки взвешенных веществ, на 30...40% нефтепродуктов и почти вдвое органических веществ. Это существенно улучшит состояние прибрежной зоны. Безусловно, глубокую очистку ливневых вод необходимо предусматривать только при сбросе сточных вод в водотоки, являющиеся источниками питьевого водоснабжения, водозаборов.

Нужна детальная экологическая программа с жёсткими сроками реализации неотложных мер;

- по обеспечению безопасного состояния мест отдыха населения и гостей г. Сочи;
- по обслуживанию водозаборов;
- по дублированию энергосетей, питающих очистные сооружения канализации;
- по использованию биокомпостирования для переработки, обезвреживания осадков сточных вод и подготовки к их использованию в качестве органоминерального удобрения.

Выполнена огромная работа, вложены значительные средства в улучшение облика г. Сочи, чистоты воздушного бассейна. Теперь очередь позаботиться о море, местах купания и отдыха, чтобы великолепные красоты города курорта сочетались с безопасной для здоровья морской водой, безопасной пищей местного производства без химии и опасных добавок, связанных с необходимостью сохранения продуктов длительного срока поставки и перевозок.

Одновременно при этом решаются социально-экономические проблемы занятости населения города, особенно людей пенсионного возраста.

Приближается курортный сезон 2023 года и важнейшая экологическая, а одновременно и социально-экономические задачи руководства г. Сочи и Краснодарского края – создание условий для безопасного отдыха жителей и гостей Большого Сочи и других курортных городов Причерноморья.

В регионе Большого Сочи, Новороссийска, Керчи, Анапы, Геленджика прибрежные морские воды загрязнены продуктами жизнедеятельности населения, поступления дождевых и дренажных вод, особенно с неканализованной территории. Во время штормов мутная вода накатывает на пляжные площадки, и на камнях пляжей адсорбируются патогенные микроорганизмы, вирусы различных болезней, в том числе кожных инфекций.

Предотвратить попадание в морскую воду и на пляжи болезнетворных микроорганизмов в ближайшее время повсеместно не удастся, а вот создать мобильный отряд морских катамаранов, в которых между двумя плавучими понтонами можно разместить очистное устройство типа вращающихся биобарабанов с ершовой насадкой [6], производительностью до 1000 м³/час и установкой электролитического получения из хлоридов морской воды обеззараживающего препарата, который будет в очищенной морской воде и с помощью насосной установки осуществлять полив пляжных площадок перед началом дня или ранним утром, когда побережье еще пустынно. Такой вариант вполне реален. Источником электроэнергии могут быть солнечные батареи, которыми следует оснастить плавающий катамаран, как парусами [7].

Биоценоз прикрепленных на ершовой насадке микроорганизмов перед запуском плавучей очистной установки должен быть адаптирован к составу воды конкретного региона, так как в различных регионах имеются разные виды загрязняющих морскую воду примесей. В отдельных регионах это могут быть масла, нефтепродукты, в других патогенные микроорганизмы людей, кожные вирусы и т.д.

По данным обследований водолазов при контроле за состоянием глубоководных выпусков локальных очистных станций канализации санаториев, баз отдыха, пансионатов многие выпуски прокорродировали и очищенные сточные воды вытекают непосредственно у берега. Перед Олимпиадой 2014 года были построены крупные очистные станции канализации в Адлере, на р. Бзугу в Центральном районе г. Сочи, на Красной Поляне.

В период проведения пусконаладочных работ и до запуска цехов осадки сточных вод, избыточная биомасса активного ила сбрасывались вместе с очищенной (или вернее, не полностью очищенной сточной жидкостью, безусловно, без обеззараживания) в море, создав существенный запас на морском побережье и, в том числе пляжах, загрязнений, которые без вмешательства людей долго еще будут источником инфекции отдыхающим.

Промывка пляжного побережья обеззараживающим раствором очищенной воды должна стать правилом эксплуатации пляжей и жилой застройки, равно как и сбор мусора, бутылочной тары, наносов, привнесенных штормами и накатами морской волны, вызванных движением вдоль берега лодок, кораблей и прочего морского транспорта. Необходим санитарный ежедневный контроль прибрежной гальки и песка. Легче профилактически предупредить заражение людей, чем потом их лечить.

Безусловно, в этом вопросе необходима государственная экологическая программа с финансированием, как из местных региональных центров, так и из федерального бюджета.

На Рис. 1 приведена технологическая схема комплектования очистной станции плавучего типа с минимальной производительностью 50 л/с (180 м³/ч), в которой задействуются вращающиеся биобарабаны погружных биофильтров диаметром 3 м и длиной 3 м, в 3 ступени общим объемом 65 м³ [6], а также установка электролитического получения гипохлорита из морской воды, насосная установка подачи на промывку пляжей струями обеззараживающего раствора очищенной морской воды через спринклерные сопла диаметром не менее 30 мм со скоростью 2-16 м/с (3-5 шт) рукавов общей производительностью до 50 л/с. Промывка побережья производится после прохождения катамарана с очистной установкой промываемого участка берега, чтобы на очистную установку биологической очистки прибрежной морской воды не поступили потоки дезинфицирующего раствора промывной воды. Желательно учитывать направление морских течений в период осуществления профилактических промывок побережья.

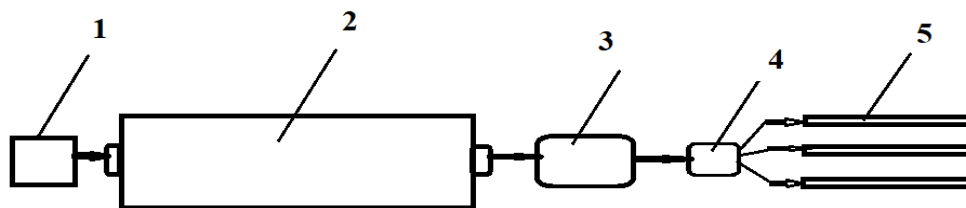


Рис. 1. Технологическая схема очистки установки на катамаране с солнечными батареями или дизель-генератором: 1. Водозаборное устройство. 2. Трехступенчатая установка погружения биофильтров вращающихся биобарабанов с ершовой насадкой. 3. Установка производства гипохлоритов из очищенной морской воды. 4. Насос подачи дезинфицирующего раствора гипохлорита на промывку пляжной полосы. 5. Рукава со спринклерами подачи промывочной воды

Для г. Сочи необходимо иметь не менее 10 штук таких катамаранов, чтобы в течение 1 утреннего часа обеспечивать промывку и обеззараживание прибрежной зоны с пляжами на длине не менее 10 км одновременно.

После шторма огромное количество водорослей скапливается на берегу и в прибрежных зонах. Морские волны прибывают к берегам сотни тысяч тонн морских трав. Море, напоминает заросшее водорослями болото. Пока их собирают - они гниют. От этого погибают морские обитатели. Надо отметить, что многообразный растительный и животный мир Черного моря почти целиком сосредоточен в верхнем слое толщиной 150—200 м, составляющим 10-15% объема моря. На берегу разносится запах сероводорода, отдыхающие возмущаются и жалуются на испорченный отдых. Кроме того, в полусгнивших водорослях увеличивается количество насекомых, которые могут распространять различные вирусы. А в это время море приносит еще больше водорослей.

Задачей плавающего водоочистного устройства является очистка воды от сине-зелёных водорослей и подготовка к утилизации выведенных в процессе очистки воды биогенных элементов в виде биопродукции. Избыточная биопленка гидробионтов, нарастает в очистной установке в соответствии с принципом биоконвейера, действующего в любой очистной станции, т.к. процесс очистки воды начинают бактерии, потом простейшие, а далее мелкие животные и заканчивают моллюски и рыба.

Очистная установка (Рис. 2.) также может применяться в любых водохранилищах и водоемах как Краснодарского края, так и всех России.

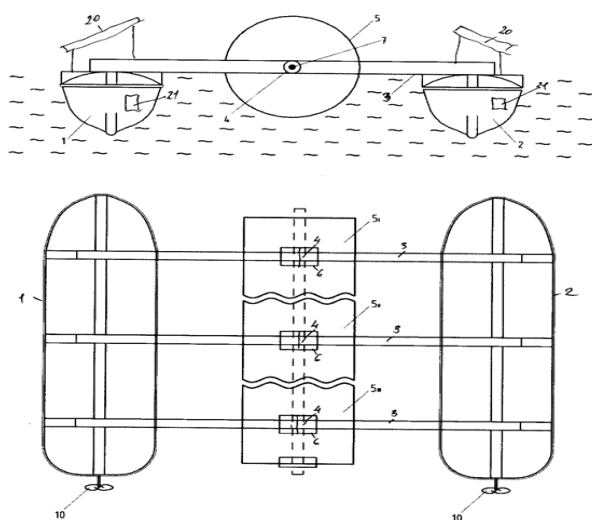


Рис. 2. Плавающая очистная установка.
1. Левый понтон; 2. Правый понтон;
3. Соединительные балки;
4. Подшипники в балках для валов 7 биобарабанов; 5. Секции биобарабанов; 6. Соединительные муфты валов 7 секций биобарабанов 5; 7. Валы секций биобарабанов 5; 8. Ершовой насадка в секциях биобарабанов; 9. Каркас для навивки ершовой насадки 8 в секции биобарабанов; 10. Винты движителей понтонов катамарана.

Она должна быть плавающей и циркулировать по акватории водохранилища днем и ночью. Поскольку очистная установка локальная, то она должна быть мобильной и

ориентироваться на собственную систему энергообеспечения. Днем источником электроэнергии могут быть светодиодные пластины, использующие световую энергию солнца. В ночное время электроэнергию могут давать аккумуляторы, заряженные днем от преобразования солнечного света в электроэнергию [7].

При движении комплекса плавучей очистной установки при вращении биобарабана, снабженного ершовой насадкой, встречный поток воды водохранилища, загрязненной водной растительностью, пронизывая ерши, очищается, а водоросли, вследствие сорбции на волокнах ершей удаляются из воды. При выходе ершей из воды вследствие вращении биобарабана биоценоз микроорганизмов, удерживаемых ершовой насадкой, захватывая кислород воздуха производит окисление примесей воды водохранилища и дает прирост своей биомассы, в которую входят биогенные элементы (азот, фосфор, углерод и т.д.). Биобарабан должен состоять из нескольких отсеков-ступеней очистки воды, последовательно вступающих в процесс очистки вследствие движения плавучей установки. Периодически (1 раз в сутки) установка причаливает к пристани и ерши регенерируют, удаляя прирост на утилизацию в качестве органоминерального удобрения.

Проблема загрязнения водных объектов является очень актуальной как в нашей стране, так и во всем мире. Город Сочи стал круглогодичным курортом, который посещают огромное количество отдыхающих. Море это самая большая наша достопримечательность, и от его состояния и чистоты побережья будет зависеть захотят ли курортники посетить наш город ещё раз. Наша задача сделать Сочи чище и экологически безопаснее.

Библиографический список:

1. Доклад об особенностях климата на территории Российской Федерации за 2018 год. – Москва, 2019. – 79 стр.
2. Куликов Н.И. Комплектный блок очистной станции закрытого типа с усреднением расходов сточных вод. / Н.И. Куликов, Е.Н. Куликова // Патент на полезную модель № 117146. Оpubл. 20.06.2012. Бюл. № 17.
3. Куликов Н.И. Конструкция ливнеотводящей сети. / Н.И. Куликов, Е.Н. Куликова, Д.В. Попов. // Патент на полезную модель №79093. Оpubл. 20.12.2008. Бюл. № 35.
4. Куликов Н.И. Устройство для очистки ливневых вод. / Н.И. Куликов, Е.Н. Куликова, Л.Н. Приходько. // Патент № 87720. Оpubл. 20.10.2009. Бюл. № 19.
5. Куликов Н.И. Установка биокomпостирования, созревания и сушки обезвоженных осадков сточных вод. / Н.И., Куликов, Е.Н., Куликова, Л. Приходько. // Патент № 23233167. Оpubл. 27.04.2008. Бюл. №12.
6. Куликов Н.И. Авторское свидетельство СССР №1376501 А1 «Погружной биофильтр». 1983 г.
7. Андреев В.М. Фотоэлектрическое преобразование солнечной энергии. М.: Физика, 1996.

НОРМАТИВЫ ГРАДОСТРОИТЕЛЬНОГО ПРОЕКТИРОВАНИЯ В РЕШЕНИИ ЗАДАЧ УСТОЙЧИВОГО ПРОСТРАНСТВЕННОГО РАЗВИТИЯ ГОРОДА-КУРОРТА СОЧИ

Смирнова Вера Михайловна

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
доцент кафедры строительства и сервиса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая, 7
Тел.: 8 918-403-40-25
E-mail: vera_mix@bk.ru

Abstract: Local standards of urban planning design should be a reliable tool in regulating the development of resort areas of the city of Sochi, a tool that allows you to preserve and multiply all its main advantages: a unique natural environment, a memorable man-made image, safety, hospitality and comfort.

Ключевые слова: Стратегия развития, территориальное планирование, комплексное развитие территорий, нормативы, регламенты застройки.

Keywords: Development strategy, territorial planning, integrated development of territories, standards, building regulations.

В последние годы в Сочи произошли очень серьезные изменения, связанные и с изменением экономических приоритетов, и с застройкой города, и с резким увеличением количества населения. Изменения, прямо скажем, настолько серьезные, что реально встает вопрос о сохранении города как уникальной курортной территории, обладающей исключительными природными рекреационными ресурсами. Насколько бесконечен может быть прирост населения? Насколько управляемым может быть процесс строительства новых объектов недвижимости? Как обеспечить баланс между интересами горожан и инвесторов? На эти вопросы призваны ответить основные стратегические документы социально-экономического и территориального развития Сочи, разрабатываемые в настоящее время ведущими специалистами в области градостроительства нашей страны. Именно в стратегии развития города, базирующейся на основных направлениях стратегического развития Краснодарского края, должны быть намечены основные параметры пространственного развития города, нацеленного в конечном итоге на:

- совершенствование экономической и социальной жизни;
- развитие городских путей и средств сообщений;
- безопасность (защита от пожаров, наводнений, оползней);
- санитарное благополучие;
- сохранение зеленых насаждений, чистоты почвы и водоемов.

Здесь должна быть заложена идея города как единого целого - социального, экономического и культурного пространства, обозначены основные механизмы реализации поставленных задач.

Градостроительный кодекс РФ определяет устойчивое развитие территорий как «обеспечение при осуществлении градостроительной деятельности безопасности и благоприятных условий жизнедеятельности человека, ограничение негативного воздействия хозяйственной и иной деятельности на окружающую среду и обеспечение охраны и рационального использования природных ресурсов в интересах настоящего и будущего поколений». К сожалению, реалии настоящего положения таковы, что ни Стратегия развития города к 2030 году, ни Генеральный план, рассчитываемый до 2045 года, не дают точных ответов, каким образом будут решены очень многие градостроительные проблемы, явившиеся результатом несбалансированной градостроительной политики последних десятилетий на всех административных уровнях управления. И дело не только в недостаточности социальной инфраструктуры, изношенности инженерных сетей, транспортных проблемах. Ни один из разрабатываемых документов не дает точного ответа на, казалось бы, простой вопрос: на какое же количество населения выйдет наш город к 2030 или 2045 году? Разночтения есть и в определении количества жителей в настоящее время. А как известно, количество населения – это основной параметр, по которому классифицируется город, рассчитывается его бюджет, определяются основные градостроительные регламенты.

Реализация программ развития, заложенная в основные документы градостроительного планирования, связанная прежде всего со строительством социальных и инфраструктурных объектов, базируется на своевременной подготовке документов по планировке территорий, в основе которых лежит утвержденный генеральный план города.

Основным документом, регламентирующим гармоничное развитие населенного пункта, являются Правила землепользования и застройки (ПЗЗ). Их задача – сохранять объекты культурного наследия, обеспечивать охрану окружающей среды. Они облегчают деятельность бизнес-структур на территории города: четко регулируют отношения между бизнесом и властью, защищают интересы населения, создают поток инвестиций.

В основе градостроительного зонирования ПЗЗ лежит территориальное зонирование, принятое в Генеральном плане города, в обосновании основных регламентов, связанных

непосредственно с застройкой территорий – местные нормативы градостроительного проектирования.

Многие годы в Сочи эти документы существовали отдельно друг от друга, результатом чего во многом являются и переуплотненная застройка жилых кварталов, и чересполосица в зонировании, и частые нарушения законодательства в области землепользования и застройки. В результате недальновидной градостроительной политики был нанесен невосполнимый урон прежде всего санаторно-курортной сфере, когда в угоду сиюминутным потребностям строительного бизнеса застраивались курортные парки, санатории превращались в жилые апартаменты и многоквартирные комплексы. Неконтролируемая застройка зон, отведенных для индивидуального жилого строительства и садоводства многоквартирными жилыми домами, точечное уплотнение сложившихся кварталов привели к резкому дисбалансу в обеспечении жилых районов объектами социальной инфраструктуры, инженерными и транспортными сетями, зелеными насаждениями общего пользования. Кроме этого, возникло множество проблем, связанных с технической безопасностью: отсутствие комплексной противооползневой защиты, строительство в зонах подтоплений и затоплений, нарушение требований, связанных с повышенной сейсмичностью, моральное и физическое старение существующего жилого фонда.

Понимая все эти вызовы, власти и города, и края стремятся исправить ситуацию. Разрабатываются стратегии развития и генеральный план, недавно приняты местные нормативы градостроительного проектирования (НГП) и правила благоустройства. Эти документы призваны сгладить острые проблемы, сложившиеся в городе, сохранить своеобразие и масштаб городской застройки и обеспечить комплексное устойчивое развитие территории, прежде всего, как курортной, туристической, но при этом учитывать интересы жителей, их потребность в современном уровне благоустройства, безопасности и комфортности городской среды.

Местные нормативы устанавливают совокупность расчетных показателей минимально допустимого уровня обеспеченности населения объектами местного значения и расчетных показателей максимально допустимого уровня территориальной доступности таких объектов для населения.

Местные нормативы отражают специфические особенности муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края, связанные с формированием новых жилых районов, реконструкцией сложившейся застройки и градостроительным развитием территории Сочи.

Рассматривая с этой точки зрения НГП и сравнивая их с проектом региональных НГП, приходится констатировать, что они практически дублируют друг друга в части основных градостроительных параметров. Учитывая уникальность Сочи как территории с особыми природно-климатическими (район IV-Б), очень сложными инженерно-геологическими условиями, высокой сейсмичностью, желательно некоторые нормативы сделать такими, чтобы они могли прежде всего обеспечить техническую безопасность застройки, для чего вернуть норму плотности населения микрорайона для зон с сейсмичностью 8 и более баллов – 300 чел./га. Этот норматив позволит иметь и меньшую расчетную плотность застройки, что может снизить и количество жертв землетрясения, и даст возможность проводить аварийные и спасательные работы в случае разрушения зданий.

Нормативные показатели плотности застройки жилых зон, приведенные в НГП, оговаривают предельный коэффициент плотности жилой застройки как «предельное максимальное отношение суммарной площади квартир в многоквартирных домах, площади блокированных и индивидуальных жилых домов, которую разрешается построить на земельном участке, с учетом уже существующих объектов капитального строительства, имеющих жилую площадь, к площади земельного участка; при комплексном развитии территории - предельное максимальное отношение суммарной площади квартир в многоквартирных домах, площади блокированных и индивидуальных жилых домов, которую разрешается построить на земельных участках, входящих в границы комплексного развития территории, с учетом уже существующих объектов капитального строительства, имеющих жилую площадь, к площади земельных участков, входящих в границы

комплексного развития территории». Этот коэффициент для многоэтажной застройки равняется 0,9, т.е. на участке площадью 1 га можно разместить до 9000 кв. м общей площади квартир, что с учетом нормы жилищной обеспеченности 20 кв. м/чел даст плотность населения 450 чел/га. Но к сожалению, практика показывает, что очень часто разрешаются такие отклонения от установленных параметров, что плотность и застройки, и населения значительно выше нормируемых.

Анализируя нормативы в части заявленных показателей, можно заметить, что для школ и детских садов норматив обеспеченности основан на расчете, учитывающем существующее население, но не учитывающем восполнение дефицита мест в детских образовательных учреждениях в обозримом будущем. Размеры земельного участка для детских дошкольных учреждений не нормируется, хотя в СП 42.13330.2016 норматив есть.

Так же и с нормативом по зеленым насаждениям общего пользования, который в СП 42.13330 для общегородских зеленых насаждений рекомендуется до 15 м²/чел., в Сочи принят 12,5 м²/чел., что при сложившемся дефиците в 10 м²/чел. никогда не даст достигнуть необходимых параметров. Норма зеленых насаждений на территории жилых районов (микрорайонов) по НПП – 6 м²/чел., но при рекомендуемом коэффициенте плотности застройки выполнить его будет затруднительно. Кроме того, при комплексном развитии территории допускается сокращение озелененных территорий общего пользования жилых районов, но не более чем на 50% при высадке деревьев (лиственный посадочный материал диаметром штамба от 4 см) на проектируемой территории, в том числе в границах территорий общего пользования, из расчета 1 дерево на 20 кв. м. Но зеленые насаждения это не только деревья, это прежде всего наличие открытого почвенного покрытия, проницаемого для дождевых осадков. Сокращение площади проницаемых покрытий приводит к перегрузке сетей организованного ливневого стока, подтоплению застроенных территорий и транспортных магистралей иногда с очень серьезными последствиями. Быстрый сток дождевой воды в городскую ливневую сеть приводит к пересушиванию почвы в летний период, что отрицательно влияет на состояние зеленых насаждений.

Еще один пункт НПП, введенный в последней редакции: «Предельные параметры объектов капитального строительства, строительство (реконструкция) которых осуществляется на земельных участках с видами разрешенного использования "Санаторная деятельность" (код 9.2.1), "Курортная деятельность" (код 9.2), "Гостиничное обслуживание" (код 4.7), "Туристическое обслуживание" (код 5.2.1), иными видами использования земельных участков, предусматривающими строительство объектов гостиничного обслуживания, санаторно-курортных и лечебно-оздоровительных учреждений, а также капитальных объектов и комплексов санаторно-курортной и гостиничной инфраструктуры, в зоне отдыха, курортной зоне, рекреационно-курортной зоне, общественно-деловой зоне, зоне гостиничного обслуживания и зоне лечебно-оздоровительных учреждений». Здесь параметры застройки (этажность, предельный коэффициент застройки, плотность застройки, минимальный процент озеленения) приведены в зависимости от удаленности от береговой линии. С одной стороны, это должно упорядочить силуэт застройки, избежать загромождения береговой линии высотными зданиями, перекрывающими вид на море, с другой стороны, удаленность от берега не всегда объективно обуславливает предельные параметры (например, высоту здания), очень часто большую роль играет наличие рельефа, высота над уровнем моря. Кроме того, нет связи между разными параметрами, например, этажность, предельная плотность застройки в тыс. кв. м./га и максимальный процент застройки (при предельной плотности застройки в 8 тыс. кв. м/ га и предельной этажности 4 этажа максимальный процент застройки не может быть 45% и т.п.). Да и минимальный процент озеленения 15% не обеспечит ни достаточный уровень комфорта для туристов и отдыхающих, ни курортный облик городу.

Из местных нормативов исчезли нормы площадей земельных участков для объектов размещения. Для того, чтобы дать возможность преимущественного развития санаторно-курортной отрасли, этот норматив необходимо обязательно внести, причем специально указать на то, что на 1-4 линии застройки возможно размещение только санаториев,

пансионатов и курортных гостиниц (не коммунальных), с нормативом площади земельного участка не менее 75 кв. м/место, что позволит создать благоустроенные зоны курортных парков.

Большие проблемы в городе с размещением (постоянным и временным) автомобилей. Узкие улицы, отсутствие многоуровневых и перехватывающих парковок, высокий уровень автомобилизации приводят к загромождению проезжих частей улиц стоящим транспортом. Это относится как к общественно-деловым центрам, так и к жилым районам. В городе не сложилось системное ограничение парковочных мест в зонах пешеходного движения, ввиду дефицита свободных территорий нет развития обособленных дорог для велосипедов и других средств индивидуальной мобильности (СИМ). Общественный транспорт не получает должного внимания муниципальных властей с точки зрения улучшения комфортности, оптимизации оплаты за проезд, поэтому количество личных автомобилей увеличивается. В местных НПП нормы по размещению автомобилей сведены к одному пункту: «Расчетные показатели минимально допустимого уровня обеспеченности объектами хранения и обслуживания транспорта и расчетные показатели максимально допустимого уровня территориальной доступности таких объектов в связи с решением вопросов местного значения необходимо принимать в соответствии с требованиями нормативов градостроительного проектирования Краснодарского края». В краевых НПП предлагается предусматривать все большее количество стоянок и в жилых районах, и в общественных центрах, и на территории объектов размещения. Представляется, что это не совсем рациональное решение для курортного города. Без комплексного подхода к задаче уменьшения автомобильного трафика за счет приоритета общественного транспорта (включая городские электрички и морское сообщение), ограничения возможности парковки в общественных центрах, строительства периферийных перехватывающих парковок, развития дорожек для СИМ это останется проблемой на многие годы.

Нормативы градостроительного проектирования должны быть надежным инструментом в деле регулирования застройки курортных территорий, каковой, без сомнения, является город-курорт Сочи, инструментом, позволяющим сохранить и приумножить все его главные достоинства: уникальную природную среду, запоминающийся рукотворный образ, гостеприимство и комфорт.

Библиографический список:

1. "Градостроительный кодекс Российской Федерации" от 29.12.2004 №190-ФЗ (ред. от 28.04.2023)
2. Нормативы градостроительного проектирования Краснодарского края (утверждены приказом департамента по архитектуре и градостроительству Краснодарского края от 16 апреля 2015 г. № 78 с изменениями и дополнениями от 23.08.2018, 14.05.2020)
3. Местные нормативы градостроительного проектирования муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского Края (утверждены решением Городского Собрания Сочи муниципального образования городской округ город-курорт Сочи Краснодарского края от 28.02.2023 г. № 26)

ОСОБЕННОСТИ ВЛИЯНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИНДУСТРИИ НА РЫНОК НЕДВИЖИМОСТИ ГОРОДА СОЧИ

¹Табак Лариса Владимировна

²Суворова Наталия Алексеевна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. экон. наук., доцент, заведующий кафедрой архитектуры, дизайна и экологии
354000, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая 7
Тел.: 8 (862) 253-12-57
E-mail: larisatabak@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. экон. наук, доцент кафедры архитектуры, дизайна и экологии
354000, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая 7
Тел.: 8 (862) 253-12-57
E-mail: arwa2006@rambler.ru

Abstract: The article considers the indirect impact of the development of the tourism industry on the local real estate market of the resort city of Sochi. The key factors that form an increased level of demand in the residential and hotel real estate market of the city are identified, their influence on individual characteristics of demand, supply and prices is considered. It is concluded that the development of the tourism industry, on the one hand, develops the economy of the region of the host destination, and on the other hand, forms a drop in the standard of living of the local population.

Ключевые слова: индустрия туризма, влияние на сегменты рынка недвижимости, гостиничная недвижимость, линейные объекты, жилая недвижимость

Keywords: tourism industry, impact on real estate market segments, hotel real estate, linear objects, residential real estate

Наличие трансформации экономики и социально-культурной сферы принимающих туристских дестинаций под влиянием развития туристской индустрии региона – бесспорный факт. Однако такое влияние имеет как общие, схожие черты для разных по туристическому профилю и географическому положению дестинаций, так и особенные, учитывающие специфику региона и менталитет как местных жителей, так и туристов.

Особенности влияния развития туристской индустрии на рынок недвижимости туристской дестинации Сочи за последние 15 лет в период с 2007 по 2022 год, на наш взгляд, следует оценивать с позиций влияния следующих основных факторов:

- 1) подготовка к проведению и проведение Зимних олимпийских игр 2014 года,
- 2) пандемия коронавирусной инфекции (COVID-19),
- 3) внешнеполитическая ситуация и антироссийские санкции.

Все вышеперечисленные события повлияли на привлекательность города Сочи как туристской дестинации, значительно увеличив туристический поток в различные сегменты отрасли, включая морской туризм, горнолыжный, лечебный, событийный, экскурсионный, праздничный и многие другие.

Динамика туристского потока в городе-курорте Сочи в 2007-2022 гг. представлена на рисунке 1 [1].

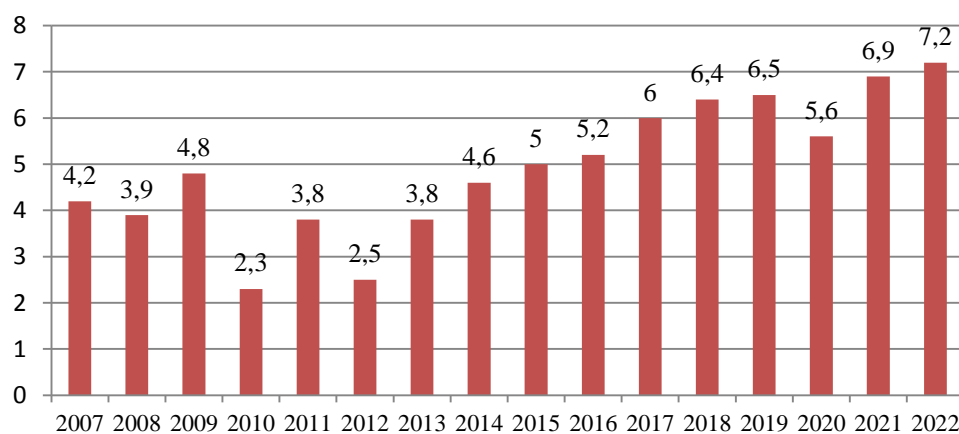


Рисунок 1 – Динамика туристического потока в 2007-2022 гг., млн. человек

Как наглядно следует из данных рисунка, за рассматриваемый период наблюдается устойчивая тенденция роста туристического потока в муниципальное образование городской округ город-курорт Сочи: за анализируемый шестнадцатилетний период только

за четыре года наблюдается снижение туристического потока, что объясняется влиянием следующих факторов:

1) снижение туристского потока на 0,3 млн. человек в 2008 году объясняется влиянием международного экономического кризиса и снижением платежеспособности потребителей, что, однако, в следующем году сработало в обратную сторону и подстегнуло интерес к городу-курорту, так как он стал более конкурентоспособен по сравнению с зарубежными по стоимости услуг и трансфера в силу роста стоимости валюты на внутреннем рынке;

2) почти двукратное сокращение туристов в 2010 году на 2,5 млн. человек и на 1,3 млн. человек в 2012 году продиктовано утратой интереса со стороны потребителей к городу из-за осуществляемого на его территории олимпийского строительства (в 2010 году Анапа впервые опередила Сочи по количеству туристов, превышение составило порядка 300 тыс. человек [2]);

3) снижение туристского потока в 2020 году на 900 тыс. человек целиком и полностью было продиктовано мерами по борьбе с пандемией коронавирусной инфекции и необходимостью предоставлять справки при заселении в гостиницы о результатах ПЦР-теста на COVID-19 не старше 72 часа.

Но в тоже время пандемия, как это не странно, положительно отразилась на турпотоке в город, так ограничения в международном передвижении туристов оказались более строгими, чем внутри страны, что простимулировало наряду с санкциями против РФ рост внутреннего туризма: внутренний организованный туризм в 2022 году рос выше рынка, годовой прирост составил 7%, Краснодарский край лидер по числу проданных туров в России, на его долю приходится 44% продаж [3].

Часть экспертов склонна была прогнозировать снижение показателей туристского потока по городу Сочи из-за выхода из его структуры значительной территории в статусе ПГТ Сириус [4] в рамках вступления в силу Федерального закона от 22.12.2020 № 437-ФЗ «О федеральной территории «Сириус» [5], однако статистика 2021 и 2022 года, которую мы видим на рисунке 1, этих опасений не подтвердила.

Рассмотрим особенности влияния развития туристической индустрии на локальный рынок недвижимости города в Сочи в следующих его сегментах:

- гостиничная недвижимость,
- линейные объекты,
- жилая недвижимость.

Первым и наиболее очевидным изменением на рынке недвижимости города-курорта Сочи, связанным с подготовкой и проведением крупномасштабного мероприятия Зимних олимпийских игр, стало формирование современного высококачественного сегмента средств размещения с уровнем обслуживания 4 и 5 звезд. Структура предложения услуг размещения в городе в период предолимпийского строительства координально изменилась: если в 2010 году органы государственной статистики констатировали наличие в городе 345 средств размещения на 26 тысяч номеров, то в 2014 году эти цифры составляли, соответственно, 992 средства размещения с общим номерным фондом 65,6 тысяч номеров из них в сегменте 4 и 5 звезд порядка 15 тысяч номеров, которые до этого времени практически отсутствовали на рынке гостиничных услуг [6].

Постолимпийский Сочи образца 2014 года – это всесезонный курорт международного уровня с развитой гостиничной инфраструктурой: к олимпиаде построено и введено в эксплуатацию 42 новых отеля под управлением более, чем 10-и ведущих международных франчайзеров, в том числе таких как Swissotel, Rezidor, Hyatt, Accor, Marriott, Rixos и другие.

Наглядно динамика емкости номерного фонда в муниципальном образовании городской округ город-курорт Сочи представлен на рисунке 2 [6, 7].

Тенденция роста средств размещения и их номерного фонда сохранилось и в постолимпийский период, что, на наш взгляд, напрямую связано не только с ростом числа объектов размещения, но и переходом их в легальный сегмент с обязательной классификацией средств размещения перед Олимпийскими играми 2014 года, затем

Чемпионатом мира по футболу 2018 года, когда обязательность сертификации определялась количеством номерного фонда, сначала это были средства размещения свыше 50 мест, затем от 15 до 50, а с начала 2022 года обязательной классификации подлежат и средства размещения с количеством номеров менее 15.

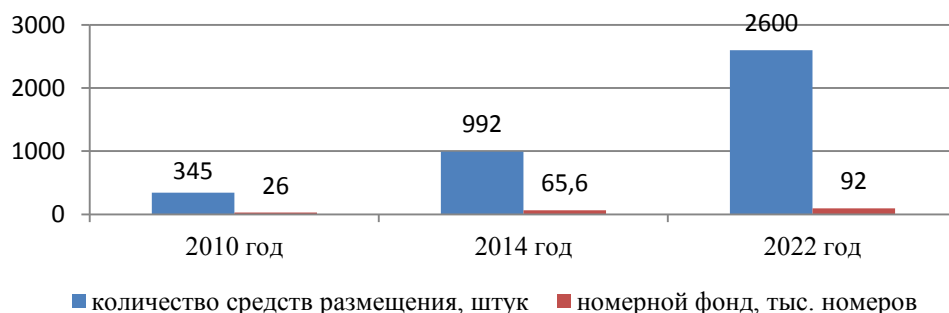


Рисунок 2 – Динамика номерного фонда и средств размещения в городе Сочи

Более чем трехкратный прирост показателей емкости средств размещения и более чем семикратный рост количества средств размещения свидетельствует, что крупнейшие мероприятия международного спортивного туризма такие как Олимпийские игры и Чемпионат мира по футболу целиком и полностью сформирован современный номерной фонд гостиничной недвижимости города Сочи, поскольку прирост происходил именно за счет гостиниц, а не учреждений лечебной направленности.

Еще одним сегментом рынка недвижимости, сформированным, главным образом, за счет подготовки к проведению Зимних олимпийских игр являются линейные объекты линии электропередачи, линии связи (в том числе линейно-кабельные сооружения), трубопроводы, автомобильные дороги, железнодорожные линии и другие подобные сооружения. Влияние олимпиады на формирование линейных объектов в курортном городе переоценить сложно, поскольку без высокой локальной и региональной транспортной доступности, и современной инженерной инфраструктуры предоставление качественных туристских услуг просто невозможно.

В рамках олимпийского строительства город-курорт получил следующие линейные объекты: трасса «Адлер – Красная поляна», автомобильные дороги, в том числе автодорога-дублер Курортного проспекта, международный аэропорт «Сочи», объекты энергетического комплекса (электростанция и 17 подстанций), объекты, обеспечивающие региональную связь, объекты водоснабжения и водоотведения и прочие объекты.

Стоимость строительства всех вышеуказанных объектов составила порядка 40% от общей суммы затрат на Олимпиаду [8].

Проведенный анализ позволяет констатировать, что наиболее сильное влияние на инфраструктурное обеспечение города-курорта объектами гостиничной, линейной и инженерной инфраструктуры в целом и ее модернизации обеспечило проведение крупнейшего мероприятия в области спортивного туризма – Зимних олимпийских игр 2014 года.

Влияние Олимпийских игр на гостиничную недвижимость и линейные объекты является частью материального наследия, а вот влияние на рынок жилой недвижимости носит скорее нематериальный характер, поскольку повышенный спрос на жилую недвижимость был сформирован как ответ потребителей на активное инфраструктурное развитие города курорта в 2007-2020 гг. как столицы Зимних Олимпийских игр, то есть как ответ на новый бренд и имидж города-курорта, а позднее спрос на курортную жилую недвижимость подстегнула нестабильная внешнеполитическая ситуация и пандемия коронавирусной инфекции. Рассмотрим динамику конъюнктуры рынка жилой недвижимости подробнее.

Первый и основным толчком к развитию строительства объектов жилой недвижимости в Сочи послужило объявление в 2007 году года Сочи столицей Зимних Олимпийских игр, в

последующие пять лет наблюдался бум строительства многофункциональных жилых комплексов, включая в которые офисную и торговую недвижимость инвесторы стремились диверсифицировать риски.

В период олимпийского строительства спрос на жилую недвижимость формировался главным образом за счет инвестиционной составляющей, что негативно сказывалось на качестве возводимого жилья: покупатель не предъявлял требования по пригодности жилья к проживанию, главный критерий сделки купли-продажи был возможность перепродажи объекта в будущем. Квартира еще до ввода здания в эксплуатацию, как правило меняла собственников несколько раз и являлась объектом продажи вторичного рынка. Такая структура спроса сформировала рынок дорогой и некачественной недвижимости в городе.

С 2006 года до 2014 года ввод нового жилья на душу населения города-курорта Сочи превосходил общероссийские значения от 1,5 до 3 раз. В последующие годы рост жилья отстает от роста жителей, в силу этого фактора обеспеченность города жильем на душу населения отстает от среднероссийской, от значений по городам-миллионникам примерно на 17%. В 2015 году ввод жилья на душу был равен общероссийскому, а затем стал гораздо меньше [9]. В период с 2006-2010 гг., т.е. до олимпийского бума, и после него, в 2015-2017 гг., ежегодно в среднем завершалось строительство многоквартирных домов площадью 95116 кв. м, то в 2010-2014 гг. было построено многоквартирное жильё площадью 1621344 кв. м, что больше на 1143267 кв. м, чем можно было ожидать по средним значениям за другие периоды. Это равняется примерно 12-ти среднегодовым объемам ввода многоквартирного жилья за 2006-2017 гг., кроме времени олимпийского бума (2010-2014 гг.) [9]. Несмотря на такие значительные показатели ввода объектов жилой недвижимости в эксплуатацию, в Сочи даже в кризисные годы спрос на квартиры и дома не снижался. Драйвером такого интереса к курортному городу остается его инфраструктурная модернизация и потребность резидентов страны сохранить накопления в условиях нестабильности курса валют и санкций в отношении России, недоступности зарубежных курортов. Сочи как и в советский период остается самым привлекательным с точки зрения климатических условий курортом страны. Высокий уровень спроса сформировал и высокий уровень цен на жилую недвижимость, рассмотрим динамику средней стоимости жилой недвижимости в городе Сочи [9, 10].

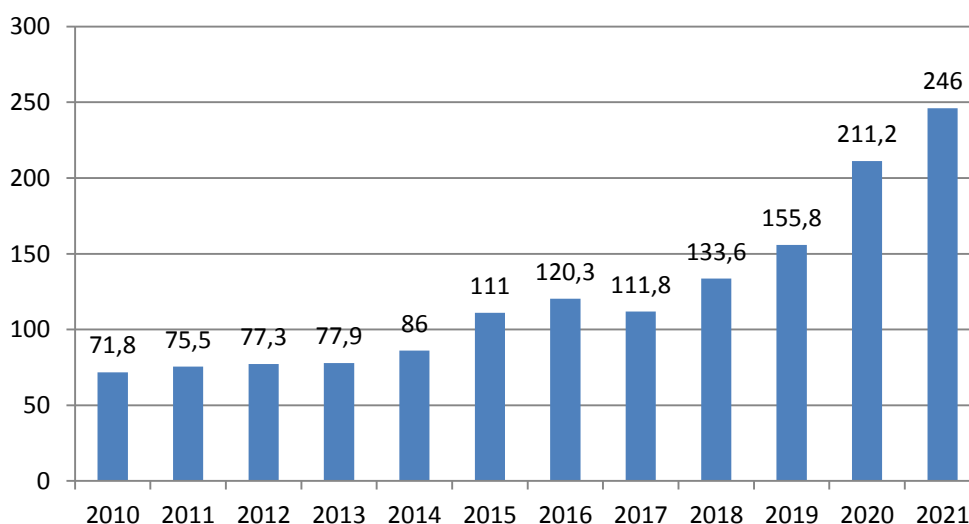


Рисунок 3 – Динамика средневзвешенной стоимости жилой недвижимости на первичном рынке Сочи, 2010-2021 гг., тыс. рублей за м кв.

Согласно данным графика, мы можем констатировать за период более чем трехкратный рост цен на жилую недвижимость, которая, к сожалению, не сопровождается адекватным ростом доходов местных жителей, что означает снижение покупательной способности:

средняя заработная плата в Сочи составила в 2021 году 51,2 тыс. рублей [1] против 112,77 тыс. рублей в Москве [11], в то время как в рейтинге «индекса миллиона долларов» (индекс показывает сколько квадратных метров жилой элитной недвижимости можно приобрести за один миллион долларов США) по итогам 2022 года Сочи занял по стоимости элитного жилья третье место в мире (29 м кв.) после Монако (17 м кв.) и Гонконга (21 м кв.), а Москва только двенадцатое место (46 м кв.) [12].

Таким образом, констатируя результаты проведенного анализа, следует обозначить следующие основные выводы и результаты. Влияние развития туризма на рынок недвижимости является многоаспектным с точки зрения влияния на различные по функциональному назначению сегменты рынка недвижимости и на развитие экономики этих сегментов, чаще всего стимулирует их развитие и повышает эффективность (например, гостиничная недвижимость и линейные объекты), но с точки зрения влияния на социум туристской дестинации, уровень жизни местного населения (доступность к приобретению жилой недвижимости) и экологию города развитие трансформирует указанные сферы негативно. Сделанные выводы, позволяют нам констатировать необходимость четкого и жесткого следования Концепции устойчивого развития города Сочи до 2030 года для сохранения равновесия между развитием территорий и их сохранением в интересах современных людей и будущих поколений.

Библиографический список:

1. Социально-экономическое развитие города Сочи // Официальный портал города-курорта Сочи: [сайт]. – URL: <https://sochi.ru/zhizn-goroda/ekonomika/sots-ekon-razv-sochi/> (дата обращения 14.04.2023)
2. Анапа впервые опередила Сочи по числу туристов // «Югополис»: [сайт]. – URL: <https://www.yugopolis.ru/news/economics/2010/08/30/5686/statistika-sochi-anapa-gelendjik-chernomorskoe-pobereje-turizm-kurorty-kubani-kurortnyi-biznes-kurorty> (дата обращения 14.04.2023)
3. АТОР подвела предварительные итоги туристического 2020 года. // «Ассоциация туроператоров»: [сайт]. – URL: <https://www.atorus.ru/node/50839> (дата обращения 14.04.2023)
4. Турпоток в Сочи снизился из-за изменения границ курорта. – // РБК: [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/business/18/02/2022/620e2db89a79477e3b3fcd7a> (дата обращения 14.04.2023)
5. Федеральный закон от 22.12.2020 №437-ФЗ (ред. от 28.12.2022) «О федеральной территории «Сириус». – // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_371784/ (дата обращения 14.04.2023)
6. Гостиничный рынок Сочи. – // Cushman & Wakefield [сайт]. – URL: <https://www.google.com/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CAMQw7AJahcKEwigj7bat6v-AhUAAAAAHQAAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fwww.cmwp.ru%2Fcwq%2Freviews%2Fobzory-po-segmentam-rynka%2Fgostinichnyy-biznes%2F2015%2Fobzor-rynka-gostinichnoy-nedvizhimosti-sochi%2F&psig=AOvVaw0FWzdF2RQIyQUxnNaUy6dY&ust=1681632585346138> (дата обращения 15.04.2023)
7. В Сочи номерной фонд на новогодние праздники забронировали на 25%. // Информационное агентство ТАСС: [сайт]. – URL: <https://tass.ru/obschestvo/15628917> (дата обращения 15.04.2023).
8. Антонова Н. Л. Финансовая сторона Олимпийских игр / Н. Л. Антонова, А. И. Газданова // Вестник СурГУ. 2014. № 1 (3). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/finansovaya-storona-olimpiyskih-igr> (дата обращения: 15.04.2023)
9. Табак Л.В. Влияние олимпийских игр на рынок жилой недвижимости города Сочи / Л.В. Табак, Н.А. Суворова // Материалы XI Международной научно-практической конференции. 2019. – Издательство: Сочинский государственный университет (Сочи). – С.240-244
10. Краткий обзор первичного рынка многоквартирной жилой недвижимости. // Macon-realty: [сайт]. – URL: <https://macon-realty.ru/files/uploaded/1338e34a-7b0f-48a1-81b7-2f5a0451a775.pdf> (дата обращения 15.04.2023).

11. Средняя зарплата в России. // GOVGOV.ru: [сайт]. – URL: <https://gogov.ru/articles/average-salary> (дата обращения 15.04.2023)

12. Сочи обогнал Нью-Йорк и Лондон по стоимости элитного жилья. // РБК: [сайт]. – URL: <https://www.rbc.ru/business/31/03/2023/6425ac419a794772c2efe754> (дата обращения 15.04.2023)

ЯХТИНГ: МОРСКИЕ ПУТЕШЕСТВИЯ ПОД ПАРУСОМ

Томилин Константин Георгиевич

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. пед. наук, доцент каф. физической культуры и спорта
354003, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел. 8-918-201-20-65
E-mail: tomilin-47@bk.ru

Abstract. The analysis of the history of sailing, health improvement opportunities, the experience of developed European countries in organizing water summer holidays on cruising yachts was carried out. Taking into account natural and climatic factors, the availability of yacht charter, the number of convenient marinas (with equipped yacht parking); the number of charter companies providing yachts for recreation on the water. Russian firms that prepare and pass exams for the Bareboat Skipper certificate are represented. The problems of development of sailing tourism in Russia are indicated.

Ключевые слова: парусный туризм, оздоровление, сертификация яхтенных капитанов, проблемы России.

Keywords: sailing tourism, health improvement, certification of yacht captains, problems of Russia.

Актуальность. Исследования, проведенные в Сочинском государственном университете, показали высокую эффективность водных видов отдыха и развлечений. Когда человек выполняет физические упражнения на границе воздушной и водной (морской) среды, получая солнечную радиацию.

В таблице 1 представлены изменения проводимости биологически активных точек тела человека (БАТ) при занятиях водными видами рекреации. Каждый из обследованных видов водной рекреации по-разному воздействует на основные системы и органы тела человека, что отражается в различиях проводимости БАТ по 12-ти китайским меридианам организма отдыхающих [2, 4].

Таблица 1 – Изменения проводимости БАТ человека при занятиях водными видами рекреации

ВОДНЫЕ ВИДЫ РЕКРЕАЦИИ	МЕРИДИАНЫ, ОТВЕЧАЮЩИЕ ЗА РАБОТУ СИСТЕМ И ОРГАНОВ ОРГАНИЗМА											
	Легкий (P)	«Переход» (MC)	Сердце (C)	Тонкий кишечник (IG)	«Тройной обгорзатель» (TR)	Тонкий кишечник (GI)	Селезенка и поджелудочная железа (RP)	Печень (F)	Почки (R)	Мочевой пузырь (V)	Желчный пузырь (VB)	Желудок (E)
Хождение на шверботе	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Хождение на парусной доске	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Отдых на плоту	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на гидровелосипеде	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Гребля на байдаре	▲	▲	▼	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Гребля на шлюпке	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на водных лыжах	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на водных санях	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на «банане»	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Катание на водном мотоцикле	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▼	▲	▲	▲
Прогулка на крейсерской яхте	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Прогулка в лодке с аэралистом	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Прогулка на катере	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Плавание	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Нырание с задержкой дыхания	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Плавание в воде	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Плавание в лодке	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Отдых в покое на яхте	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Плавание на яхте	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Скувание	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Парашютная булгаровка	▼	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲
Игры на воде	▼	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲	▲

Условные обозначения: ▲ — увеличивает проводимость в меридиане
▼ — снижает проводимость в меридиане



Рисунок 1 – Изменения проводимости БАТ отдыхающих (до и после прогулки на крейсерской яхте)

Путешествия на крейсерской яхте также приводит к положительным изменениям в теле человека. На рисунке 1 представлены данные об изменениях проводимости БАТ, в процессе катания на крейсерской яхте. Если до прогулки под парусом проводимость БАТ в среднем составляла $7,5 \pm 3,5$ мкА, то после катания в средний ветер (когда турист лучше чувствует яхту и получает удовольствие от ее скорости) проводимость БАТ увеличивалась до $12,5 \pm 4,6$ мкА. При этом наблюдалась активизация по всем без исключения меридианам.

Кроме оздоровительного эффекта (активные физические движения, положительные эмоции, солнечная радиация, морская вода, содержащая в себе всю таблицу Менделеева, морской воздух с ионами морских солей и др.) передвижение на крейсерских яхтах позволяет посещать красивые и интересные (в историческом плане) районы побережья Черного, Средиземного, Балтийского морей, Атлантического, Тихого, Индийского океанов, и даже (для любителей) Северного Ледовитого океана. Немаловажным аспектом, привлекающих многих, является возможность участия в различных гонках парусных судов. Добавляющих азарт и положительные эмоции от побед.

Цель исследования. Анализ мирового опыта для внедрения путешествий под парусом в Российской Федерации.

Методы исследования. Анализ литературных источников, педагогические наблюдения на Азово-Черноморских курортах России.

Результаты исследований и их обсуждение. Многолетний опыт южных европейских стран (Италии, Греции, Франции, Турции и др.) указывает на широкие возможности парусного туризма для привлечения значительных денежных средств в национальные экономики.

Среди европейского населения популярность отдыха на воде занимает первые позиции (рисунок 2).



Рисунок 2 – Популярность в Европе отдыха на воде

По числу имеющихся у населения яхт лидируют Швеция 1,2 млн (яхта – на каждые 7 жителей страны) и Голландия 0,2 млн (яхта – на каждые 30 жителей страны). Не отстает Великобритания – 0,5 млн яхт, Франция – 190 тысяч парусных яхт и Германия – 125 тысяч яхт [1].

Развитие яхтенного туризма в той или другой стране обязательно связана с привлекательностью имеющихся природных факторов, возможностью беспрепятственно арендовать нужную яхту, высоким уровнем обслуживания туристов в многочисленных маринах (маленьких яхт-клубов).

Число компаний Европы, предоставляющих в аренду яхты, количество марин и стоимость аренды (в Евро) представлены в таблице 2.

Таблица 2 – Число компаний Европы, предоставляющих в аренду яхты, количество марин и стоимость аренды (в Евро) [5]

Страна	Количество чартерных компаний / количество марин	Общая вместимость, количество яхт	Стоимость аренды яхты (€, за неделю)
Греция	600 / 241	67 тысяч	1900-7300
Италия	350 / 114	39,9 тысяч	2300-8000
Франция	300 / 158	55 тысяч	8900-25000
Швеция	60 / 273	15,359 тысяч	1950-5200
Финляндия	19 / 96	4,5 тысяч	2300-4700
Эстония	6 / 52	2,6 тысяч	3100-4000

Среди яхтенных туристов большое количество людей путешествуют на собственных яхтах. Но есть и те, кто арендуют яхты в одной из фирм, в странах, в которые они прилетают на самолетах. В большей части это происходит в южных регионах Европы, куда туристы, влюбленные в морские путешествия, прилетают со своими друзьями или семьей. Проводя отдых в красивейших местах Греции, Италии, Турции (рисунки 3 и 4).



Рисунок 3 – Отдых на крейсерской яхте

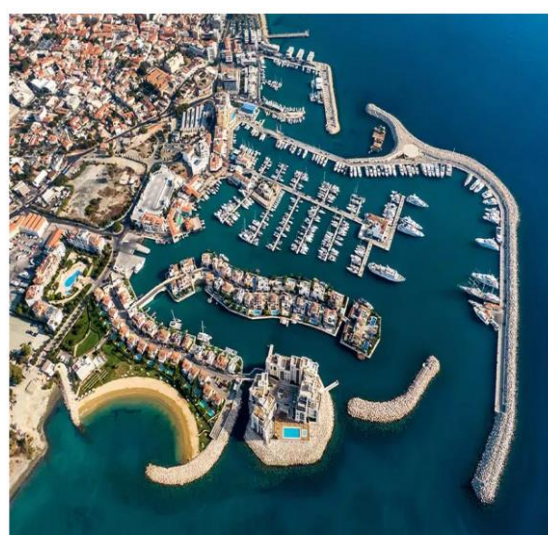


Рисунок 4 – Маленькие яхт-клубы (марины) для стоянки яхт при неблагоприятных погодных условиях

Особый интерес представляют многочисленные европейские регаты, где туристы могут принять участия под руководством профессиональных рулевых-гонщиков, или самостоятельно. Календарь таких регат начинается с весны и заканчивается поздней осенью. И проходит по многочисленным удобным акваториям вблизи крупнейших городов Европы.

Подготовка и сертификация яхтенных капитанов. Для российских туристов, желающих провести интересно свой отпуск под парусом, необходимо пройти обучение и получить удостоверение «Bareboat Skipper». Которое подтверждает, что обладатель диплома прошел обучение, сдал необходимые зачеты и допускается в качестве капитана (Skipper) для плавания на яхте (до 50 футов) вдоль побережья моря (с удалением от берега не более 20 морских миль). Плавание под парусом осуществляется преимущественно в дневное время суток [3].

Удостоверение «Bareboat Skipper» имеет дает право брать яхту в аренду (bareboat charter) и заниматься парусным туризмом самостоятельно (рисунок 5).

В России обучение парусному спорту и выдача сертификата «Bareboat Skipper» может происходить в «Парусной Академии» в Москве, в школе яхтинга «Республика Шкипер» в Санкт-Петербурге, яхтенной школе IYT «Bareboat Skipper» с практикой в Турции и др.



Рисунок 5 – Внешний вид удостоверения «Bareboat Skipper» выданного в «Парусной Академии» г. Москвы

Развитие парусного туризма в России. Однако, в России законодательные и визовые барьеры ограничивают развитие яхтенного туризма. Мало удобных марин, куда яхты могут спрятаться от непогоды.

Заключение. Многолетний опыт южных европейских стран (Италии, Греции, Франции, Турции и др.) указывает на широкие возможности парусного туризма для привлечения значительных денежных средств в национальные экономики. Развитию яхтенному туризму в России мешают законодательные и визовые барьеры, а также недостаток удобных марин (куда яхты могут спрятаться от непогоды), и развитой инфраструктуры для занятий этим видом водного отдыха.

Библиографический список:

1. Мазурек, А. Яхтинг и право в Европе / А. Мазурек, Р. Врублевский // Шкіпер. – 2004. – № 4. – С. 36–37.
2. Томилин, К.Г. Водные виды рекреации / К.Г. Томилин, В.В. Мазур // Сборник научных трудов SWorld: Материалы международной научно-практической конференции «Современные направления теоретических и прикладных исследований '2013». – Выпуск 1. Том 44. – Одесса: КУПРИЕНКО, 2013 – С. 46–51.
3. Томилин, К.Г. Мировой опыт в подготовке, переподготовке и сертификации специалистов для сферы туризма / К.Г. Томилин // Стан і перспективи сучасного туризму: Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції. – Суми: СумДПУ ім. А.С.Макаренка, 2014. – С. 202–208.
4. Томилин, К.Г. Управление рекреационной деятельностью на водных курортах: Монография [Электронный ресурс]. / К.Г. Томилин. – Электрон. текстовые данные. Изд. 4-е стереотипное. – Москва: Флинта, 2021. – 185 с. <https://ibooks.ru/products/380553> (дата обращения 25.03.2023).
5. Яхтенный туризм: мировой опыт и перспективы Санкт-Петербурга [Электронный ресурс]. – URL: https://tourlib.net/statti_tourism/yahtennyj-turizm.htm (дата обращения 25.03.2023).

ЭЛЕКТРОИНДУЦИРОВАННЫЙ ПЬЕЗОЭФФЕКТ В ПЛАСТИКЕ ABS МОДЕЛЕЙ ЗДАНИЙ

¹Юрченко Евгений Анатольевич

²Юрченко Елена Евгеньевна

³Шуванова Виктория Петровна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. техн. наук, преподаватель УЭТК
354000, Россия, г. Сочи, ул. Чайковского 45
Тел.: 8 (928) 448-28-15
wsonormalno@yandex.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. техн. наук, доцент кафедры Строительства и сервиса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Политехническая 7
Тел.: 8 (962) 890-77-44

³ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
старший преподаватель кафедры Педагогического и психолого-педагогического
образования
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: 8 (918) 202-42-42

Abstract. The key stages of research in the field of electroelasticity are considered in relation to modeling the reactions of small-sized building models under dynamic influences. The work has an interdisciplinary character at the intersection of structural mechanics and radio electronics.

Ключевые слова: электроиндуцированный пьезоэффект, пластик ABS, модели зданий, лабораторный стенд

Keywords: electrically induced piezoelectric effect, ABS plastic, building models, laboratory bench

Пьезоэлектрические свойства некоторых диэлектриков, благодаря наличию их поляризованной молекулярной структурой, обнаруженной братьями Кюри еще в 1880 году, используются во многих приложениях, связанных с воздействиями напряжений или механических сил при прямом или обратном эффекте. Прямой пьезоэлектрический эффект - образование электрических зарядов под действием давления в кристаллах тростникового сахара, турмалина, кварца, топаза и сегнетовой соли обнаружен раньше обратного - деформации кристаллов пьезоэлектриков под действием внешнего электрического поля, характеризуемый согласно [1], как электроиндуцированный пьезоэффект для параэлектриков. Оба эффекта позволили в широко использовать кварц как преобразователь электрических колебаний в звуковые или ультразвуковые. Дальнейшие технические разработки пьезоэффекта привели к созданию малогабаритных излучателей и приемников ультразвука - пьезодинамиков и пьезомикрофонов. Однако, часть полимеров, обладает только односторонним пьезоэффектом, когда электрическое поле изменяется под действием внешних механических сил, при этом в обратном направлении, под воздействием электрического поля механической деформации не происходит.

Такой процесс связан с нечеткой кристаллической симметрией материала, с внутренней структурой, подобной силикатному стеклу, похожему на переохлажденную жидкость. В таком случае, макромолекулы полимера имеют ближний порядок (на расстоянии нескольких молекулярных радиусов) и не имеют дальнего порядка (в объеме конкретного твердого тела). К таким электроупругим материалам относятся полиметилметакрилат (органическое стекло), поливинилхлорид (ПВХ), акрилонитрил-бутадиен-стирол (ABS) [2], примененный для изготовления малоразмерных моделей зданий.

Электрические свойства материалов представлены в таблице 1 по [3].

Таблица 1. Электрические свойства материалов пластиков

Материал	Диэлектрическая проницаемость ϵ'	Удельное объемное электрическое сопротивление ρ_v , Ом·м	Тангенс угла диэлектрических потерь $\text{tg } \delta$
ABS	2,9-3,0	$4 \cdot 10^{12}$ - $2 \cdot 10^{15}$	0,008-0,020
Оргстекло	3,5-3,9	10^{10} - 10^{12}	0,02-0,06
Поливинилхлорид (ПВХ)	3,2-4,0	10^{10} - 10^{15}	0,015-0,025

Согласно [1] особенностью электроиндуцированного пьезоэффекта является пьезоактивность только в момент включения электрического управляющего напряжения. В параэлектриках, как и в других неполярных диэлектриках, в отсутствие поля пьезоактивность отсутствует. Этот эффект использован в наших экспериментах в процессе механического воздействия на малоразмерные модели зданий из пластика ABS. Выявлено возникновение слабой электродвижущей силы – слабый переменный ток, возникающий при динамической деформации. Его частота коррелирует с частотой внешнего механического воздействия. Амплитуда генерируемой э.д.с. зависит от амплитуды механических колебаний полимерного образца. Наибольшая амплитуда э.д.с. наблюдается вблизи области резонанса вынужденных механических колебаний. В работе [4] описана методика вычисления передаточного коэффициента значения амплитуды, генерируемой э.д.с. к линейным деформациям модели. Эффект квалифицируется как электростатическая индукция, вызванная вынужденными механическими колебаниями. В работе [5] проведены опыты, при которых э.д.с. возникала вследствие свободных механических колебаний модели из оргстекла в виде длинной консоли, нагруженной на конце сосредоточенной силой. Свободные механические колебания измерялись после исчезновения нагрузки, прикладываемой сосредоточено на конце испытываемой консоли. При этом наведенная переменная э.д.с. соответствовала по частоте собственным резонансным свободным колебаниям консоли.

Явление электроупругости основано на двух гипотезах [6]. Первая - электрическое поле вокруг диэлектрика возникает вследствие трения макромолекул полимера друг о друга при механической деформации. Вторая — при механической деформации полярные макромолекулы полимера переориентируются в объеме конкретного изделия и совместно образуют внешнее электрическое поле. В отличие от пьезокерамики, используемой в бытовых пьезозажигалках, где изменение электрического поля вокруг пьезоэлемента достигает нескольких тысяч вольт (вследствие чего происходит электрический пробой воздушного промежутка между электродами и поджигание, например, газовой смеси) напряжение и ток, вырабатываемые при деформации конструкций из электроупругих материалов весьма малы. Экспериментально нами подтвержден уровень изменения электрического поля при деформации модели из органического стекла — несколько сотен микровольт. Деформация модели из ПВХ дает импеданс в два-пять раз больше, а деформация ABS - в 1.5 раза.

Имеется некоторая связь между электроупругостью и явлением электрострикции. Последняя выражается в изменении формы и объема диэлектрика под действием внешнего электрического поля. Это можно объяснить тем, что макромолекулы диэлектрика имеют собственную спонтанную поляризацию и являются электрическими доменами. Под действием внешнего электрического поля случайная ориентация доменов в пространстве становится более-менее регулярной, что приводит к изменению формы и объема диэлектрика (по аналогии с магнестрикцией ферромагнетиков). Поляризация диэлектриков - явление, связанное с ограниченным смещением связанных зарядов в диэлектрике или поворотом электрических диполей, обычно под воздействием внешнего

электрического поля. Поляризацию диэлектриков характеризует вектор электрической поляризации [7]. Физический смысл данного вектора - это дипольный момент, отнесенный к единице объема диэлектрика. Иногда вектор поляризации коротко называют просто поляризацией (и получается, что один термин обозначает и явление, и его количественный показатель). В современной электронике, радиотехнике, акустике и автоматике широко применяются различные пьезоэлектрики - монокристаллы, пьезокерамика, композиционные материалы, полимеры. Использование тех или иных пьезоматериалов для соответствующих устройств (электромеханических преобразователей) вызвано электрическими, механическими и конструктивными особенностями различных пьезоматериалов, а также экономическими соображениями.

В зависимости от области применения пьезоэлектриков и от физических эффектов, используемых в устройствах, можно выделить следующие классы электромеханических преобразователей:

- преобразователи механических колебаний среды в электрические сигналы (устройства, работающие в режиме приема);
- преобразователи электрических сигналов в упругие волны или механические перемещения (излучающие устройства);
- устройства, использующие механический резонанс, возбуждаемый в кристаллах или поляризованной сегнетокерамике электрическим полем.

Линейный электромеханический преобразователь - пьезоэлектрик широко используется в устройствах, преобразующих в результате прямого пьезоэффекта механические деформации или колебания в переменное электромагнитное поле. Известны эксперименты по получению (с использованием пьезоэффекта) электрической энергии и импульсов в виде датчиков давления [8]. Здесь в качестве обратного электромеханического преобразователя используется многослойная тонкая полимерная пленка типа PVF 2 поливинилиденфторид.

Лабораторный стенд (рисунок 1) моделирует поведение здания при динамических нагрузках.



Рисунок 1. Лабораторный стенд

Модель здания в масштабе 1:200 выполнена из пластика ABS, оргстекла или поливинилхлорида. Возбуждение колебаний состоит из программного генератора звуковых колебаний (Frequency Generator) на платформе OS Android, усилителя низкой частоты мощностью 5 Вт (TDA 2003) с автономным питанием от аккумулятора 12 вольт 7,5 ампер-часов, динамического громкоговорителя от электрофона «Аккорд-203» (динамическая головка 4-ГД-35). На корпус громкоговорителя, установленный лицевой поверхностью

горизонтально вверх через прокладку из бумаги помещена коробка с песком, в который погружена модель здания. Подсистема обработки и анализа колебаний состоит из следующих блоков. Электрический потенциал с участков модели снимается при помощи двух пар гибких медных электродов. Электроды при помощи экранированных микрофонных кабелей с разъёмами Jack 6,3mm 1/4" подключены к входам двухканального малошумящего микрофонного усилителя с автономным питанием 2x12 вольт (16x1,5 V size AA). Входное и выходное сопротивление усилителя 47 кОм. Выход микрофонного усилителя подключен к линейному входу звуковой карты переносного компьютера. Для визуализации электрических колебаний используется SpectraLab v.4.32.16 на платформе Windows 7.

Библиографический список:

1. Рез И.С. Диэлектрики. Основные свойства и применения в электронике. / И.С. Рез, Ю. М. Поплавко // М.: Радио и связь, 1989. - 288 с
2. Kihlander J. Finite Element simulation of vibrating plastic components. Mechanical Engineer - Solid Mechanics. 2013. ISRN: LIU-IEI-TEK-A-13/01572-SE
3. Крыжановский В. К. Технические свойства полимерных материалов: Уч.-справ. пос./ В. К. Крыжановский, В. В. Бурлов, А. Д. Паниматченко, Ю. В. Крыжановская. – СПб., Изд-во "Профессия", 2003. – 240 с. – URL: <http://www.kaprolon-alvis.ru/info/electro.html>
4. Макаров К.Н., Комплексное моделирование зданий и сооружений для предотвращения резонансного эффекта при динамических воздействиях. / К.Н. Макаров, Е.Е. Юрченко, В.Е. Юрченко // Строительные материалы, оборудование, технологии XXI века, 2023, № 1 (276), с. 41-46.
5. Юрченко Е.А. Кинематический метод расчета зданий при поперечных колебаниях и их системный анализ. Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата технических наук. РИЦ Ростовского государственного строительного университета. Ростов-на-Дону. 2013.
6. Гринченко В.Т., Механика связанных полей в элементах конструкций. Т. 5 Электроупругость. / В.Т. Гринченко, А.Ф. Улитко, Н.А Шульга // АН УССР Институт механики — Киев. Наукова думка. 1989 г. 280 с.
7. Porcelli E.B., Filho V.S. Induction of forces performed by piezoelectric materials. Journal of Power and Energy Engineering, 6, 33-50. DOI: 10.4236/jpee.2018.61004
8. Bauer F. Ferroelectric Polymers for High Pressure and Shock Compression Sensors. François. Mat. Res. Soc. Symp. Proc. Vol. 698 ©2002

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 4
«ЭКОНОМИКО-ПРАВОВЫЕ АСПЕКТЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ
ТУРИСТСКИХ ТЕРРИТОРИЙ В УСЛОВИЯХ НОВОЙ РЕАЛЬНОСТИ»

ОСОБЕННОСТИ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ, ОРИЕНТИРОВАННОГО
НА ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ, ПОСРЕДСТВОМ ОНЛАЙН-СРЕДЫ

¹Абрамов Данил Видадиевич
²Газзаев Тимур Артурович
³Гварлиани Татьяна Евгеньевна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
магистрант
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8 (962) 882-72-64
E-mail: prepod_marketing@list.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
магистрант
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8 (962) 882-72-64
E-mail: gaz.tim1999@mail.ru

³¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
E-mail: antana-tata@mail.ru

Annotation. The online environment penetrates into all spheres of life of a modern person. For the successful promotion of a tourist enterprise, it is necessary to use modern means of communication with the target audience. The article substantiates the orientation of enterprises towards the development of domestic tourism, provides data from a survey of potential clients of tourist enterprises and reveals the features of tools for promoting enterprises through the online environment.

Key words: Online environment, tourist enterprises, promotion tools.

Ключевые слова: Онлайн-среда, туристские предприятия, инструменты продвижения.

Рынок внутреннего туризма России начал свое бурное развитие в постпандемический период. В 2021 году правительство Российской Федерации приняло основную политику «активного развития внутреннего туризма», созвала рабочую конференцию и официально одобрило внутренний туристический бизнес для российских граждан. В результате внутренний туристический рынок стал демонстрировать свое развитие, и сейчас его статус всесторонне улучшается.

Кроме того, условия сложной геополитической обстановки и санкций в отношении нашей страны, закрытие аэропортов на юге страны оказало влияние на отечественную туристическую индустрию. Сохранить турпоток стало возможным за счет расширения всех возможных логистических вариантов попадания на курорты юга России и в Крым: автобусное и железнодорожное сообщение, внедрение мультимодальных перевозок с «единым билетом», что позволило перераспределить туристские потоки и сократить дефицит авиасообщения. Огромным плюсом явилось перенаправление отечественных туристов в регионы России. Владельцам туристских объектов пришлось быстро перестраивать стратегии, дифференцировать стоимость туров, внедрять программы лояльности [1, 4].

В связи с уходом сервиса Booking в России туристским предприятиям пришлось перенастроить маркетинг и продажи. Автором статьи было проведено исследование эмпирическим методом опроса (375 человек) посредством Google Forms, целью которого было выявить отношение соотечественников к внутристрановому туризму и предпочтениям средств рекламы.

Структура респондентов:

- женщин – 64%, мужчин – 36%,
- 18-30 лет – 43 %, 31-40 лет – 12 %, 41-50 лет – 21 %, 51-60 лет – 17 %, 61-70 лет – 4 %, старше 71 лет – 3 %.

По мнению потенциальных клиентов предприятий внутреннего туризма, инструменты продвижения, которые считаются эффективными, включают социальные сети (23%), электронную почту (33% считают ее тактикой топ-3), нетворкинг (26%), маркетинг в поисковых системах (13%) и контент-маркетинг (14%).

Как показало исследование, наиболее эффективным средством рекламы предприятия, ориентированного на развитие внутреннего туризма, является продвижение с использованием онлайн-среды и, в частности, социальных сетей.

Во-первых, цифровизация туристских услуг открывает новые возможности для развития. Такие технологии, как мобильный интернет, искусственный интеллект, облачные вычисления и Интернет вещей, разрушают границы товаров и услуг, в том числе сферы туризма. Цифровизация меняет международную торговлю и туристические услуги с некоторых базовых уровней. Это обогащает содержание и форму туристических услуг и делает их более эффективными и удобными. Благодаря цифровой трансформации туризм и, в частности, внутренний, становится более эффективным и удобным, что объективно увеличивает готовность и частоту внутренних поездок.

Во-вторых, более тесное региональное сотрудничество в сфере туристских услуг может создать новые возможности для въездного туризма.

В-третьих, такие факторы, как продвижение политики, улучшение туристического статуса собственной страны для соотечественников, история и культура, уникальные природные ресурсы, доступность, помогают рынку внутреннего туризма России расти. Благодаря всестороннему социальному прогрессу значительно улучшена внутренняя туристическая инфраструктура России и постоянно повышается качество туристических услуг.

На фоне перечисленных тенденций ключевые факторы успеха продвижения туристского предприятия – это тщательное планирование и креативные идеи. Рассмотрим инструменты продвижения предприятия, ориентированного на внутренний туризм, посредством онлайн-среды.

Социальные сети.

Для многих потенциальных клиентов внутреннего туризма в качестве основного источника информации для проверки ценности туристского предложения выступают социальные сети. Поэтому целесообразно сосредоточиться на обслуживании нескольких платформ, поддерживать их актуальность и привлекательность как можно лучше.

Ведение блога (или публикации соответствующих статей)

Есть несколько способов, которыми блог может помочь предприятию развить турбизнес. Когда сайт переполнен интересными публикациями, рассказывающими о незабываемых турах клиентов по регионам России, или полезными статьями о туризме по родной стране - это привлекает внимание людей. Посетители блога видят весь этот интересный контент, у них появляется мотивация попробовать его самим, и они нажимают кнопку «Заказать/Выбрать». Другим преимуществом блога является то, что при достаточном количестве высококачественного контента он позиционирует компанию как эксперта в своей области. Это отлично подходит для ранжирования в поисковых системах. Статьи также могут быть опубликованы на других сайтах, предлагающих аналогичные услуги, выполнять двойную функцию в качестве контента для социальных сетей или быть креативно представленными в качестве инструмента продаж.

Профессиональный веб-сайт - это идеальный инструмент для продвижения туристского предприятия. Все усилия по продвижению и маркетинговые планы, как правило, приводят

потенциальных клиентов на сайт компании. Поэтому необходимо четко сформулировать, чем занимается предприятие индустрии туризма и предоставить четкий план бронирования тура.

Показ онлайн-баннеров

Рассмотрение инструментов интернет-маркетинга для предприятия индустрии туризма имеет решающее значение. Одной из наиболее эффективных рекламных идей, которые могут быть использованы туристическими компаниями, является инвестирование в онлайн-рекламу. Размещение рекламных баннеров на определенных веб-сайтах, где пользователи смогут видеть текущие акции и предложения, - отличная идея для привлечения большего внимания. Сайты, на которых размещается реклама, должны соответствовать тем типам сайтов, которые посещает целевая аудитория. Возможно использование различных источников и сайтов для размещения баннеров, просто путем использования ключевых слов в поиске, таких как «лучшие отели», «путешествия», «лучшие направления туризма» и т.д. [2].

Платный маркетинг в социальных сетях

Чтобы предстать перед своей идеальной аудиторией в социальных сетях можно рекомендовать компании использовать инструменты SMM и таргетированную рекламу. Платная реклама чрезвычайно проста в настройке и мониторинге. Более того, рекомендуется настроить таргетинг на определенную аудиторию, так что даже новичок сможет увидеть результаты своих платных рекламных кампаний в соцсети, пожалуй, это самый эффективный способ рекламы туров компании.

Проверка контекстной рекламы и SEO

Контекстная реклама (размещение рекламы на странице, имеющей отношение к туризму) и SEO-оптимизация - виды рекламных мероприятий, которые направлены на конечных пользователей, использующих поисковые системы, чтобы иметь возможность выбрать желаемый тур. Это, по сути, размещение рекламы в релевантном месте, рекламное объявление о приобретении тура/путевки. Изучив, какой тип людей заказывает туры у предприятия, возможно размещение платной рекламы в местах, подходящих для этой аудитории. Это поможет обосновать маркетинговые стратегии предприятия по мере развития в сфере туристского бизнеса.

Использование рекламных роликов для туристов

Популярность видео-контента постоянно растет, и, кроме того, снимать видео высокого качества стало проще, чем когда-либо. Использование положительных отзывов, а также фотографий и видеозаписей клиентов, получающих удовольствие от тура, - лучший способ продемонстрировать ценность предложения туристской компании.

Что касается наиболее эффективной маркетинговой тактикой, 63% опрошенных представителей малого бизнеса называют сарафанное радио/рекомендации клиентов в топ-3 маркетинговых тактик, что, безусловно, является самым высоким уровнем одобрения среди всех тактик.

Маркетинг по электронной почте.

Такой инструмент продвижения многие уже считают устаревшим, однако отправка ожидаемых, личных и релевантных сообщений людям, которые хотят их получить, очень выгодна, и даже больше, чем социальные сети. И все по этой самой причине это переводит разговор о бизнесе в более личную среду - в "входящие".

Нетворкинг

Такой инструмент отечественных туристских предприятий как нетворкинг всегда был одним из основных направлений в сообществе туристского бизнеса, поэтому неудивительно, что он входит в топ-3 наиболее эффективных маркетинговых тактик. В то же время реклама на телевидении/радио рассматривается как наименее эффективная маркетинговая стратегия, и только 3% респондентов причислили ее к топ-3.

В России уже существуют сотни туристских предприятий, высока конкуренция между ними, поэтому необходимо выделяться (дифференцироваться) на общем фоне, сопоставлять имеющиеся у предприятия уникальные предложения и создавать USP, которое четко отражает предлагаемую ценность туристских услуг.

Каждый из онлайн-методов хорош по-своему, и выбирать его стоит исходя из специфики отечественного туристического бизнеса.

Главное здесь - профессиональный подход для достижения яркого результата и дальнейшего развития, направленного на совершенствование [4].

Описанные выше методы, безусловно, являются наиболее эффективными способами продвижения предприятия отечественного туристического бизнеса, но список ни в коем случае не является обширным. Можно найти множество других способов продвижения. Если целевые клиенты посещают музыкальные фестивали, это может стать отличным местом для проведения промо-акции. Если они используют приложения и мобильные телефоны, чтобы быть в курсе последних событий, то нужно разместить рекламу в социальных сетях.

Итак, внутренний туризм стимулирует российский поток большого количества ресурсов, включая людей, товары, информацию и денежные средства, и способствует культурному обмену и взаимному обучению между регионами и предприятиями, приобретая все большее значение в сложных экономических и политических условиях для России.

После окончания COVID-19 спрос на туризм и отдых восстановился, но потребительские предпочтения и потребительское поведение изменились, поэтому необходимо принимать своевременные решения. Туристские предприятия должны быть конкурентоспособными в отношении своих продуктов и услуг, в то время как правительство должно иметь политические резервы для восстановления и развития рынка въездного и выездного туризма.

Прежде всего, необходимо изучать свой рынок, чтобы знать, как наилучшим образом представить туристические продукты потенциальным клиентам, что нужно целевой аудитории в первую очередь, предлагать свои услуги и представлять свой контент через различные источники, а именно через свой веб-сайт, каналы социальных сетей и рекламу по электронной почте. Таким образом возможно привлечь большую аудиторию и продвигать свои туры на туристский рынок внутреннего туризма.

Библиографический список:

1. Сезон в условиях СВО. Итоги года в туристической сфере Краснодарского края и Крыма. - URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5733811>
2. Способы продвижения турпродукта // Студенческие реферативные статьи и материалы [Электронный ресурс]. - URL: https://studref.com/377821/turizm/sposoby_prodvizheniya_turprodukta (дата обращения 25.04.2023).
3. Трансформация внутреннего туризма в условиях санкций. - URL: <https://vc.ru/offline/572845-transformaciya-vnutrennego-turizma-v-usloviyah-sankcii> (дата обращения 25.04.2023).
4. 7 Effective Promotion Ideas for Tourism Marketing. - URL: <https://www.tourismtiger.com/blog/7-effective-promotion-ideas-for-tourism-marketing/> (дата обращения 25.04.2023).
5. АТОР подвела предварительные итоги туристического 2022 года. - URL: <https://www.atorus.ru/node/50839> (дата обращения 25.04.2023).

ОЦЕНКА И АНАЛИЗ ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА НА МЕЗОУРОВНЕ (НА МАТЕРИАЛАХ СЕВЕРО-КАВКАЗСКОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО ОКРУГА)

¹Аликаева Мадина Валентиновна
²Кетова Фардиана Руслановна

¹ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова», г. Нальчик, Россия
доктор экон. наук, профессор, профессор кафедры экономики и учетно-аналитических информационных систем
360004, Россия, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173
Тел.: 89287194004
e-mail: alika123@rambler.ru

²ФГБОУ ВО «Кабардино-Балкарский государственный университет им. Х.М. Бербекова», г. Нальчик, Россия
канд. экон. наук, старший преподаватель кафедры компьютерных технологий и информационной безопасности
360004, Россия, г. Нальчик, ул. Чернышевского, 173
Тел.: 89674215005
e-mail: f.ketova@kbsu.ru

Abstract. The article presents the results of the assessment and analysis of the level of tourism potential on the example of the subjects of the North Caucasian Federal District. The assessment was carried out according to 22 indicators, which allow assessing the tourism potential in five areas and grouping regions, according to the assessment of tourism potential. According to sample studies, a correlation-regression analysis of the interdependence of the quality of tourism services and tourism potential was carried out.

Ключевые слова: сфера туризма, туристский потенциал, оценка туристского потенциала

Keywords: tourism sector, tourism potential, assessment of tourism potential

Сфера туризма является значимой частью национальной социально-экономической системы. Туризм аккумулирует множество различных направлений деятельности, оказывая влияние на уровень жизни населения, степень развития бизнес-среды и другие процессы. Ценность туризма проявляется в реализации таких важных функций, как: рекреационная, познавательная, культурная, социальная.

Влияние пандемиогенных факторов, санкционные ограничения изменили развитие сферы туризма. В этих условиях важным вектором развития туристской сферы является совершенствование качества туристских услуг (КТУ), повышение эффективности использования туристского потенциала территории. Оценка туристского потенциала позволит внести определенный вклад в процесс изучения возможностей для развития туризма на территории и поиск путей повышения качества предоставляемых услуг. Это обусловлено тем, что использование туристского потенциала как инструмента планирования и повышения КТУ окажет положительное влияние на определение ключевых направлений развития туризма, позволит дополнить информационную базу цифровой среды туризма новыми сведениями и, соответственно, повысит уровень информационной открытости и потребительского доверия к территории.

Очевидно, что чем больше риски погашаются имеющимися для развития туризма возможностями, тем более привлекательной для инвестирования и отдыха становится территория. Поэтому категория «туристский потенциал», наравне с «туристскими ресурсами» становится основной в контексте суждений о позициях территории (страны или региона) на рынке туристских услуг и в туризме в целом. В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности» туристские ресурсы определены «...как природные, исторические, социально-культурные объекты, включающие объекты туристского показа, а также иные объекты, способные удовлетворить духовные и иные потребности туристов, содействовать поддержанию их жизнедеятельности, восстановлению и развитию их физических сил» [1].

В процессе исследования были изучены такие подходы к оценке туристского потенциала территорий как: методика оценки туристско-рекреационного потенциала субъектов РФ А. В. Логинова [5]; моделирование с применением Матрицы Бостонской консультационной группы, а также В.С. Орловой и Е.Г. Леонидовой [6], М.В. Гудковских [3].

Согласно методике А.В. Логинова, субъекты РФ подлежат оцениванию по 29 показателям. По показателю «оценка туристско-рекреационного потенциала» классификация территорий представлена на рис. 1. [5].

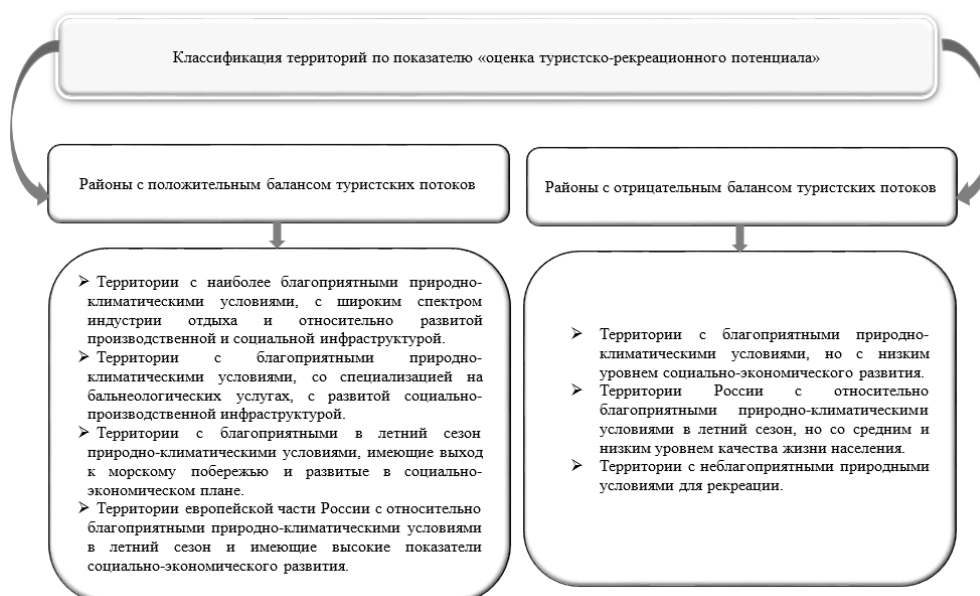


Рисунок 1 – Классификация территорий по показателю «оценка туристско-рекреационного потенциала» [3;5]

Представляет интерес подход к изучению туристского потенциала территории на основе моделирования с применением Матрицы Бостонской консультационной группы. Модель ориентирована на изучение конкурентоспособности туристского бизнеса региона и может служить показателем оценки туристского потенциала. Матрица в этом случае строится по показателю доли рынка, занимаемой туристскими видами деятельности, (ось OX) и показателям темпов роста туристской сферы в регионе (ось OY) (рис. 2).

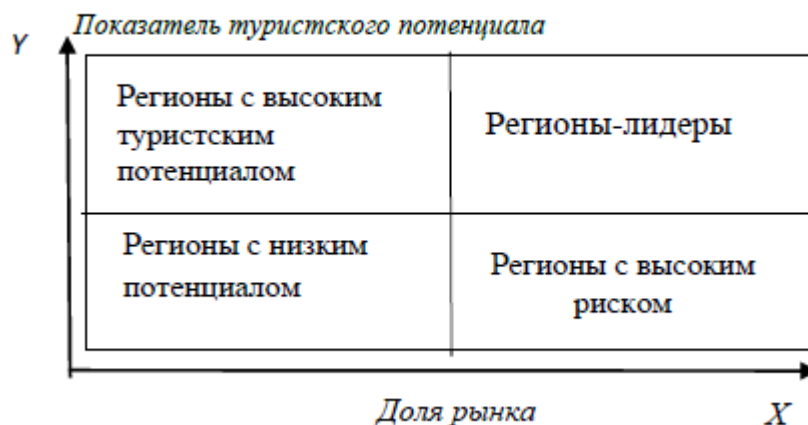


Рисунок 2 – Классификация рекреационного потенциала и перспективности региона на основе БКГ [7]

С учетом изученных концепций в рамках настоящего исследования туристский потенциал территории оценивается как совокупность (рис. 3):

- естественных природно-климатических условий,
- социо-культурных особенностей, сложившихся в результате исторического развития;
- уровня социально-экономического развития и продвижения программ содействия туризму, включая оценку транспортной инфраструктуры, безопасности территории и уровня развития цифровой экономики.



Рисунок 3 – Составляющие оценки туристского потенциала территории [4]

Таблица 1 – Шкала оценивания туристского потенциала территории [2; 4]

№	Критерии	Оценка				
		1	2	3	4	5
1. Оценка природно-климатического потенциала						
1	Ландшафтное разнообразие, число видов	1	2	3	4	5 и более
2	Площадь лесного фонда, %	до 10 %	до 20 %	до 30 %	до 40 %	50 % - 60 %
3	Наличие минеральных источников	1 – 5	5 – 10	10 – 15	15 – 20	20 и более
4	Наличие месторождений лечебных грязей	1	2	3	4	5 и более
5	Число особо охраняемых территорий	1	2	3	4	5 и более
6	Национальные парки, заказники	1	2	3	4	5 и более
7	Памятники природы	1	2	3	4	5 и более
8	Средняя продолжительность горнолыжного сезона	50	51 – 60	61 – 70	71 – 80	81 и более
9	Средняя продолжительность сезона для альпинизма, пешего туризма и т.п.	50	51 – 60	61 – 70	71 – 80	81 и более
2. Оценка аттракций (размещение, питание, развлечения)						
10	Число средств размещения разных категорий	Отсутствуют средства размещения ниже 3*		Представлены гостиницы разных категорий		
11	Доля классифицированных туристских объектов	10 %	20 %	30 %	40 %	50 % и более
12	Число туристских маршрутов, единиц	1	2	3	4	5 и более
3. Оценка культурно-познавательной ценности						
13	Объекты культурно – исторического наследия, единиц	1 – 2	3 – 4	5 – 7	7 – 9	10 и более
14	Музеи, единиц	1	2	3	4	5 и более
15	Театры, единиц	1	2	3	4	5 и более
4. Оценка транспортной доступности						
16	Число ж/д станций	1	2	3	4	5 и более
17	Число аэропортов, единиц	1	2	3	4	5 и более
18	Число автовокзалов, единиц	1	2	3	4	5 и более
19	Число автобусных маршрутов, ед.	1 – 10	11 – 20	21 – 30	31 – 40	40 и более
5. Оценка безопасности						
20	Рейтинг криминогенности, ранг	1 – 15	16 – 31	32 – 47	48 – 63	64 – 85
21	Система страхования	Оценивается возможность, используя страховой полис путешественника, получить медицинские и медико-транспортные услуги на всей территории региона				
22	Организация работы служб МЧС	Оценивается организация бесперебойной работы служб МЧС на территории курорта				

На основе обозначенного подхода к определению понятия туристского потенциала предложена система показателей и шкала оценивания, представленная в таблице 1.

Для оценки туристского потенциала территории использовался следующий алгоритм:

- 1) определение составляющих туристского потенциала, подлежащих оценке;
- 2) выбор шкалы оценивания;
- 3) сбор и анализ статистических данных;
- 4) расчет интегральной оценки туристского потенциала.

На основе данной системы показателей нами была проведена оценка туристского потенциала регионов СКФО, результаты которой представлены на рисунке 4.

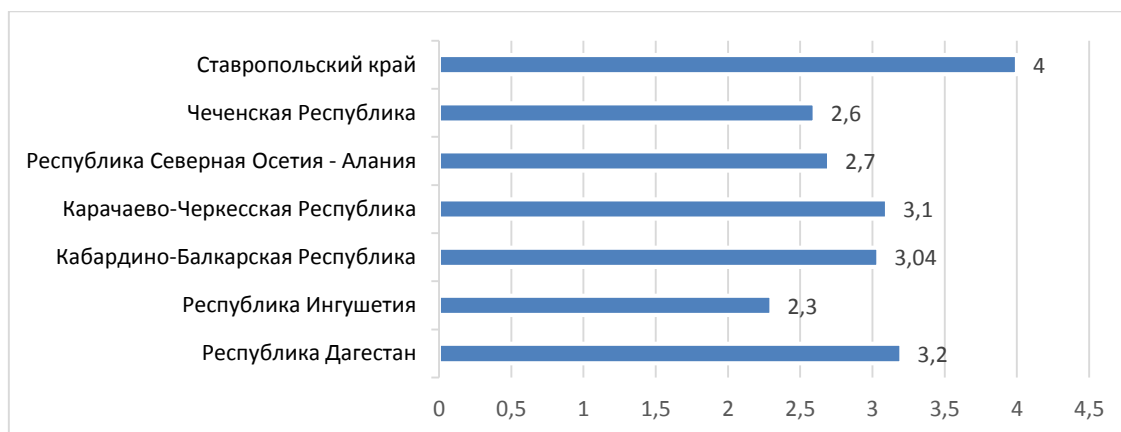


Рисунок 4 – Оценка туристского потенциала регионов СКФО за 2021 г.

Оценка туристского потенциала регионов СКФО отражает территориальную неравномерность развития сферы туризма. Наивысшее значение туристского потенциала среди регионов СКФО по итогам 2021 г. имеет Ставропольский край, являющийся лидером (4 балла, около 19% от общего уровня). Вторую позицию по величине потенциала разделили: Республика Дагестан (3,2 балла), Карачаево-Черкесская Республика (3,1 балл) и Кабардино-Балкарская Республика (3,04 балла). Аутсайдерами выступили РСО-Алания (2,7 балла), Чеченская Республика (2,6 балла) и Республика Ингушетия (2,3 балла). Анализ пространственной дифференциации регионов СКФО по величине туристского потенциала позволяет отметить относительно равномерное распределение значений, которые отклоняются от среднего уровня в пределах 50%.

От уровня развития туристского потенциала во многом зависит и качество туристских услуг. Нами по данным выборочных исследований был проведен корреляционно-регрессионный анализ зависимости показателей оценки КТУ (Y_m – показатели оценки КТУ на мезоуровне) от оценки туристского потенциала (X_1), построена модель линейной регрессии и проведена оценка их адекватности (таблица 2).

Таблица 2 – Регрессионная модель оценки КТУ от уровня развития туристского потенциала, рассчитанная по данным регионов СКФО (2016-2021 гг.) [4]

Год	Модель	Оценка качества модели ($F_{\text{табл}}=6.61$, $t_{\text{табл}}=2.23$)
2016 г.	$Y_m = -4.21 + 5.17 \times X_1$	$F = 17.45$; $r = 0.88$; $R^2 = 0.77$; $t_b = 4.17$
2017 г.	$Y_m = -2.35 + 3.31 \times X_1$	$F = 17.13$; $r = 0.87$; $R^2 = 0.77$; $t_b = 4.13$
2018 г.	$Y_m = -2.77 + 3.76 \times X_1$	$F = 159.3$; $r = 0.98$; $R^2 = 0.96$; $t_b = 12.62$
2019 г.	$Y_m = -5.75 + 6.75 \times X_1$	$F = 25.12$; $r = 0.91$; $R^2 = 0.83$; $t_b = 5.01$
2020 г.	$Y_m = -4.15 + 5.15 \times X_1$	$F = 30.84$; $r = 0.93$; $R^2 = 0.86$; $t_b = 5.55$
2021 г.	$Y_m = -6.13 + 7.13 \times X_1$	$F = 15.12$; $r = 0.87$; $R^2 = 0.75$; $t_b = 3.88$

Проведенный анализ (табл. 2) позволил выявить, что оценка туристского потенциала имеет тесную корреляционную связь с КТУ и хорошо объясняет вариацию итоговых характеристик (коэффициенты корреляции выше 0,8 и коэффициенты детерминации от 75%).

Значения F – критерия и t – критерия выше критического уровня, что свидетельствует о статистической значимости моделей.

Для оценки эффективности решений о повышении КТУ мезоуровня посредством туристского потенциала целесообразно использовать процедуру прогнозирования по построенным экономическим зависимостям. На рис. 5 представлены реальные и прогнозные значения КТУ по оценке туристского потенциала.

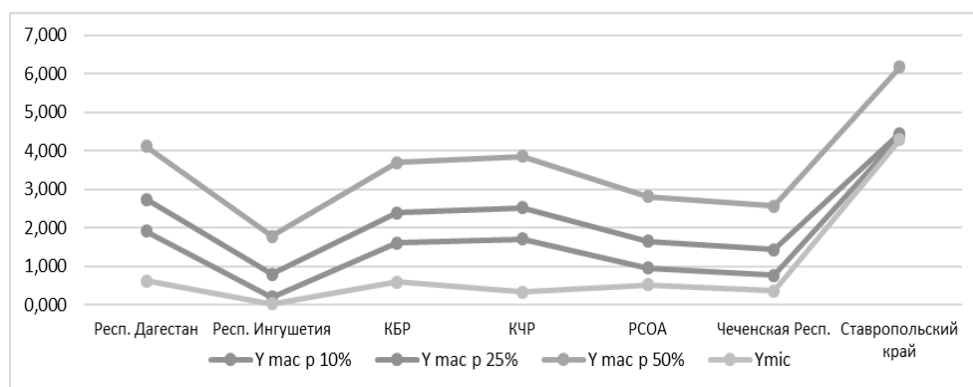


Рисунок 5 – Сравнение реальных и прогнозных оценок КТУ мезоуровня по фактору «туристский потенциал»

Изучение прогнозных значений КТУ мезоуровня по фактору X1 «оценка туристского потенциала регионов» (рис. 5) позволяет сделать вывод о необходимости повышения внимания к вопросам укрепления туристского потенциала российских регионов за счет мер, направленных на сохранение имеющихся ресурсов и стимулирование улучшения общей обстановки по отношению к различным категориям граждан и окружающей среды в целом.

Библиографический список:

1. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (в ред. от 08.06.2020 г.) // КонсультантПлюс: [сайт]. – URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/ (дата обращения: 18.04.2023г).
2. Аликаева, М.В. Туристско-рекреационный потенциал курортов Северо-Кавказского Федерального Округа / М.В. Аликаева, Л.О. Асланова, М.Б. Ксанаева // Экономика и предпринимательство. – 2018. – № 2(91). – С. 310-315.
3. Гудковских, М.В. Методика комплексной оценки туристско – рекреационного потенциала / М.В. Гудковский // Географический вестник. Туризм и рекреационная география. – 2017. – вып. 1(40). – С. 102–116.
4. Кетова, Ф.Р. Повышение качества туристских услуг в условиях цифровой дифференциации территорий: дис. на соиск. учен. степ. канд. экон. наук / Ф.Р. Кетова. Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского. – Симферополь, 2022. – 267 с.
5. Кусков, А.С. Рекреационная география / А.С. Кусков, О.В. Понукалина, Т.Н. Одинцова – Саратов, 2003. – 503 с.
6. Орлова В.С. Туристский потенциал вологодской области / В.С Орлова., Е.Г. Леонидова // Экономика региона: проблемы и перспективы развития. – 2011. – вып. 4(56). – с. 51-57
7. Путинцева, Н.Н. Оценка туристского потенциала регионов России // Интерэкспо Гео-Сибирь. – 2007. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/otsenka-turistskogo-potentsiala-regionov-rossii> (дата обращения: 18.04.2023г)

ПРОГРАММА ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПОДГОТОВКИ EVENT-МЕНЕДЖМЕНТ: АСПЕКТЫ РЕАЛИЗАЦИИ

Борисова Татьяна Геннадьевна

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»
кандидат экономических наук, доцент
зав. кафедрой инновационных технологий в экономике и управлении
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Аннотация: В настоящее время приобретение новых современных навыков и компетенций в событийном менеджменте становится все более актуально. Необходимо определить перечень модулей, которые будут необходимы к изучению в рамках реализации программы переподготовки и обеспечат специалистов в области event-менеджмента соответствующими знаниями и компетенциями.

Ключевые слова: event-менеджмент, программа профессиональной переподготовки, модули, событийный менеджмент.

Key words: event management, professional retraining program, modules.

В настоящее время все большую популярность приобретает такой вид организационной деятельности как событийный менеджмент или event-менеджмент. Как правило под этим термином понимают комплексную организацию и сопровождение корпоративных и массовых событий. В целом же основной задачей событийного менеджмента является трансформация банального мероприятия в событие, которое будут вспоминать и после его окончания [1].

Суть Event-менеджмента можно трактовать по-разному. С одной стороны, ни одно мероприятие не обходится без комплекса действий, заключающихся в планировании и управлении. С другой стороны, это деятельность, которая нужна для того, чтобы организуемое мероприятие было уникальным, эффективным и ярким, иметь особую изюминку, некую фишку. И суть этого не просто в креативе, но и в его донесении, особенностях его подачи — чтобы все участники мероприятия хоть немного, но были удивлены. [2] Еще один аспект, это сложный комплекс действий, выполняемый организатором. Суть понятия Event-менеджмента может заключаться в алгоритме управления проектом. Стартует работа по организации мероприятий с определения целей, которых необходимо добиться. Завершается любое мероприятие не финальными аккордами, а подведением итогов по степени достижения поставленных целей и задач. Таким образом, выстраиваются: логистика, концепция и сценарий мероприятия. Виды мероприятий в рамках Event-менеджмента представлены на рисунке 1.

Event-менеджеры занимаются организацией мероприятий разного масштаба и сложности: от конференции и корпоративной вечеринки до международного чемпионата, саммита или Олимпийских игр. Поэтому вопрос получения дополнительных компетенций в части организации мероприятий считается необходимым условием обеспечения их качественной организации.

Считается, что event менеджмент появился в Диснейленде — первый парк открылся в 1955 году. Сегодня ивент-менеджеры востребованы в крупных корпорациях, музеях, выставочных центрах, PR-агентствах, благотворительных и спортивных организациях. Что может организовать event-менеджер:



Рисунок 1 – Виды мероприятий

В современных условиях учебные заведения все чаще стали предлагать различные программы повышения квалификации или профессиональной переподготовки по событийному менеджменту. Однако при планировании такой программы следует четко понимать набор модулей необходимых к изучению. В Сочинском государственном университете в ходе обучения студенты изучают искусство планирования, учатся курировать конференции, профессиональные встречи, фестивали и спортивные мероприятия.

Среди специализаций можно выделить следующие (рисунок 2):



Рисунок 2 – Модули, необходимые для изучения в рамках программы

Организация мероприятия — это комплексный проект. Нужно придумать идею и план события, подобрать площадку, проработать программу и стиль оформления. Все это — в рамках имиджа компании и бюджета.

Если это конференция, нужно позаботиться об интересных спикерах, для спортивного мероприятия особенно важна безопасность, для развлекательного — продуманный сценарий и комфорт гостей. Кроме того, event-менеджер работает с командой, привлекает спонсоров и взаимодействует с подрядчиками.

Ивент-менеджер может работать как с любыми мероприятиями, так и выбрать конкретную специализацию — это может быть, например, спортивный менеджмент или индустрия развлечений.

В функционал event-менеджера входит очень широкий спектр вопросов начиная от разработки дизайн решений мероприятия, подбора мест для проведения мероприятия, вплоть до создания уникального сценария, а также множество других задач.

Любое мероприятие, несмотря на масштаб его проведения, требует усилий и затрат, в том числе временных, интеллектуальных и материальных. Эффективность планируемого к проведению мероприятия зависит от четко поставленной цели, задач и достижения ожидаемых результатов.

Таким образом, важно, при планировании мероприятия, учитывать весь перечень ожидаемых усилий и затрат. Важным аспектом планирования выступают материальные затраты, которые могут включать в себя и освещение мероприятий в прессе, в том числе: pre-party, after-party, пресс-конференции пресс подходы, интервью для прессы и телевидения, фуршеты, представительские расходы и т.д. То есть, планируя к проведению мероприятия и достигая ожидаемого эффекта, например, широкого освещения для общественности, затраты на организацию которого могут существенно увеличить затраты на все мероприятие.

Подбор кадрового обеспечения мероприятия очень важен. Необходимо обратить внимание на такие кадровые вопросы при организации мероприятия, как: количество персонала и работников, необходимых для организации мероприятия.

В качестве одного из модулей программы дополнительного образования необходимо включать вопросы дополнительного финансирования, например, со стороны спонсоров. организации спонсорской поддержки мероприятий. При этом, найти спонсоров достаточно непросто, хотя сегодня можно использовать такие платформенные методы, как: краудфандинг, краудлендинг, краудинвестинг и т.д.

Одна из важных задач event management состоит, зачастую, в общественной огласке и популяризации мероприятия. При планировании мероприятия нужно четко понимать какого уровня мероприятие и какой общественный резонанс нужен. Возможно, нужно определиться, как минимум, с масштабом одной организации, территории, сферы, города, края, Российской Федерации и международный уровень.

Event management относительно новый вид бизнеса в Российской Федерации и достаточно проработанный и устойчивый в зарубежных странах. Событийный менеджмент считается относительно новым видом бизнеса. Сейчас в России event management динамично развивается, а также выступает инструментов работы BTL-агентств на коммуникационном рынке.

Постоянно растет предложение по организации и проведению мероприятий, услуг event management. Большинство мероприятий проводятся на очень высоком уровне и соответствуют международным стандартам проведения. Однако, необходимо учитывать русский менталитет и особенности ведения бизнеса в России, как например, «если пир - то горой, если торжество - то до утра». Подобные особенности создают дополнительные сложности при организации и не всегда понятны международным участникам.

Библиографический список:

1. Жабелова Г. А. Теоретические основы исследования процесса формирования понятия «ивент» // Экономика и социум. 2016. № 6 (25). Часть 3. С. 62–67.

2. Event-менеджмент – это искусство или работа? Электронный ресурс. – URL: <https://ges.team> (дата обращения 05.05.2023)

3. Пашухина В. А. Особенности развития индустрии event-менеджмента в России / В. А. Пашухина, Я. В. Деханова, Е. С. Каргаполова // Индустриальное развитие региона и мира: история и современность: сборник материалов Всероссийской научной конференции, 19-20 октября 2018 г., Екатеринбург, УрФУ. — Екатеринбург: Изд-во УМЦ УПИ, 2019. — С. 171-175.

4. Сундарева А. А. Предпосылки и направления развития event-менеджмента в России // Экономика и социум. 2017. № 1–2 (32). С. 1822–1827.

5. Углова В. А. Критерии оценки качества проведения мероприятия в рамках event-менеджмента / В. А. Углова, И. В. Шиндряева // Вестник магистратуры. 2016. № 9 (60). С. 108–111.

ФОРМИРОВАНИЕ РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА, РАСПОЛОЖЕННЫХ НА РАЗЛИЧНЫХ КУРОРТНЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

¹Воробей Елена Константиновна

²Агафонов Антон Сергеевич

¹ ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия

доктор экономических наук, доцент,

начальник управления научной политики и исследований,

доцент кафедры инновационных технологий в экономике и управлении,

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Тел.: 8 (862) 264-86-27

E-mail: vorobei.sochi@yandex.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
аспирант
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8 (862) 264-86-27

Abstract: One of the factors by which the sustainable development path of tourism enterprises is achieved is satisfaction with the labor of personnel and the quality of the provision of services by employees.

It is important to conduct a study of the economic content and identification of scientific, methodological and practical features of labor satisfaction of the personnel of the tourism and hospitality industry, to monitor and form assessments of the economic condition of enterprises for the sustainability and quality of the services provided. It is important to select strategic priorities and resource prerequisites for improving staff labor satisfaction using a competent approach and appropriate tools, to develop qualitatively new approaches to the formation of service-oriented, clientele, personnel stability, etc.

Ключевые слова: ресурсный потенциал, кадровый потенциал, формирование, сфера туризма, индустрия гостеприимства, курортные территории, устойчивое развитие.

Key words: resource potential, personnel potential, formation, tourism sector, hospitality industry, resort areas, sustainable development.

Анализ зарубежного опыта в аспекте его применимости в России, а также институциональный и статистический анализ к формированию мотивационной кадровой устойчивости на предприятиях сферы туризма и индустрии гостеприимства экономик ведущих стран позволяют выявить ряд конкурентных преимуществ и лидерских знаний, умений и навыков, которые придают странам лидерам преимущества. [1]

Выявлены следующие направления, по которым российским предприятиям сферы услуг необходимо повышать инновационную активность среди работающего персонала в соответствии с социальными потребностями общества. Необходим комплекс инновационных методов для кадровой политики, формирующих мотивационную устойчивость через оптимизацию сервизоориентированных процессов на основе, например, японского метода «бережливое производство». Именно такой подход, на наш взгляд, даст наиболее качественный толчок развитию предприятий сферы услуг с ориентацией на долгосрочную перспективу.

Модернизация инновационных процессов ресурсного потенциала предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства, предполагает повышение деловой активности персонала предприятий, через оценку личностно-поведенческих и профессиональных компетенций, что способствует устойчивости третичного сектора экономики. Ориентация на инновационное развитие экономической политики позволит обеспечить устойчивый рост такой сферы экономики, как сфера услуг, на основе поддержки развития электронной коммерции при предоставлении услуг в Российской Федерации.

Таким образом, основные направления исследования и его разделы можно представить в таблице 1.

Таблица 1 – Направления исследований формирования ресурсного потенциала предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства и их детализация

№ п/п	Направления исследований	Детализация направлений исследований
1.	Теоретические аспекты изучения удовлетворенности трудом персонала как важного фактора укрепления ресурсного потенциала предприятий сферы туризма	1. Экономические факторы формирования удовлетворенности трудом на предприятиях сферы туризма 2. Совершенствование кадрового потенциала предприятий индустрии гостеприимства, как составляющей части ресурсного потенциала

		3. Международный опыт зарубежных стран в оценке кадрового потенциала сферы туризма и индустрии гостеприимства
2.	Удовлетворенность и клиентоориентированность персонала сферы туризма различных территорий	1. Стратегические показатели оценки состояния предприятий сферы услуг в контексте укрепления их ресурсного потенциала на различных территориях 2. Степень удовлетворенности трудом экономически активного населения 3. Влияние клиентоориентированности на удовлетворенность трудом персонала сферы туризма и индустрии гостеприимства
3.	Инновационный инструментарий для эффективного управления кадровым потенциалом предприятий сферы туризма для достижения удовлетворенности трудом персонала и управления качеством обслуживания	1. Рейтинговый анализ определения индекса человеческого развития в различных курортных территориях России 2. Анализ конкурентных возможностей ресурсного потенциала предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства, расположенных на различных курортных территориях России 3. Оценка предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства и практические рекомендации по совершенствованию стратегий на основе клиентоориентированности и сервизоориентированности, лояльности и гибкости персонала

Рассматривая **первое направления исследований** важно отметить, что экономическое факторы формирования удовлетворенности трудом на предприятиях сферы туризма дадут возможность рассмотреть материальное и нематериальное стимулирование персонала, а также покажут факторы, играющие наиболее существенную роль.

Совершенствование кадрового потенциала предприятий индустрии гостеприимства, как составляющей части ресурсного потенциала имеет важное значение, поскольку данная сфера относится к сфере услуг, в которой определяющую роль играет персонал.

Международный опыт зарубежных стран в оценке кадрового потенциала сферы туризма и индустрии гостеприимства может быть перенят, адаптирован под российские условия и успешно внедрен на предприятиях сферы туризма.

Рассматривая **второе направление исследований** считаем важным сделать акцент на стратегических показателях оценки состояния предприятий сферы услуг в контексте укрепления их ресурсного потенциала на различных территориях. Именно опыт, которые используют предприятия сферы туризма и индустрии гостеприимства, расположенные в разных климатических условиях, природных ландшафтах и т.д. был бы интересен и полезен с точки зрения выделения передовых методик и их последующей экстраполяции. На наш взгляд, имеющийся международный опыт необходимо адаптировать, с точки зрения российской действительности. При этом опыт используемый на различных территориях России зачастую может быть применен без дополнительной адаптации.

Степень удовлетворенности трудом экономически активного населения очень важна, при этом следует обратить внимание на такой фактор как профессиональное выгорание персонала. Для того чтобы предотвратить профессиональное выгорание персонала, руководителю важно не только видеть те проблемы, которые возникают в организации, но и умело предлагать приемлемые конкретные варианты решений, которые могут способствовать повышению эффективности, а также оптимизировать работу кадровой

службы. Персонал должен видеть заинтересованность руководства в их деятельности, чувствовать свою важность и принадлежность к большому механизму предприятия. [2]

Влияние клиентоориентированности на удовлетворенность трудом персонала сферы туризма и индустрии гостеприимства. В сфере услуг клиент ориентирован на определенный уровень сервиса, который обеспечивается квалифицированным персоналом. Предоставление более низкого сервиса, чем ожидает клиент, может привести к потере клиента определенной категории.

Третье **направление исследований** предполагает проведение рейтингового анализа определения индекса человеческого развития в различных курортных территориях России, в том числе для укрепления ресурсного потенциала сферы услуг как важнейшего фактора по обеспечению качества обслуживания населения в отраслях сферы услуг. Человеческий капитал и его ресурсы различны на курортных территориях даже в условиях, например, Южного Федерального округа. Различия существуют в качестве подготовки персонала, приоритетности для сотрудников стимулирующих мер, менталитета и т.д.

Анализ конкурентных возможностей ресурсного потенциала предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства, расположенных на различных курортных территориях России сможет собрать лучшие практики и даст возможность их дальнейшего использования.

Оценка предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства различных курортных территорий и практические рекомендации по совершенствованию стратегий на основе клиентоориентированности и сервизоориентированности, лояльности и гибкости персонала будут способствовать устойчивому развитию этих предприятий.

Актуальность исследования заключается в развитии системы концептуальных представлений об удовлетворенности трудом персонала, обосновании условий и факторов, влияющих на систему управления качества услуг, современных методов повышения стабильности их функционирования через сервизоориентированность и клиентоориентированность персонала. В исследовании необходима систематизация эмпирического материала, который может быть использован как основа для разработки технологий по управлению персоналом, по управлению качеством услуг устойчивого развития предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства на долгосрочную перспективу. [1]

Практическая актуальность состоит в разработке конкретных рекомендаций по удержанию конкурирующих позиций на рынке предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства различных территорий, города, региона ключевым звеном которых является механизм управления (на входе бизнес-процесса «Требования», на выходе «Удовлетворенность» потребителя качеством оказанной услуги). Нужно отметить, что для формирования ресурсного потенциала предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства России важны механизмы, не только применяемые работодателями по отношению к своим сотрудникам, но и государственные меры поддержки. Так, целями государственной поддержки являются: обеспечение социально-экономической стабильности государства, устойчивый экономический рост, высокий уровень занятости, низкий уровень инфляции, справедливое распределение доходов, устойчивое финансовое положение, стабильность внешнеэкономической деятельности [3].

На наш взгляд, необходимо предложить мероприятия по развитию инновационной деятельности предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства на основе японского метода «бережливое производство», в основе которого элементы «зеленой экономики», бережливого отношения к ресурсам и их рациональное использование.

Можно констатировать отсутствие исследовательских работ по теме формирования ресурсного потенциала предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства. Не определена теоретическая и практическая значимость такой экономической категории, как «удовлетворенность трудом персонала». Важным остается оценка влияния «удовлетворенности трудом персонала» на эффективное и устойчивое развитие предприятий сферы туризма и индустрии гостеприимства.

Библиографический список:

1. Макеева Е.И. Совершенствование инструментария повышения стратегической устойчивости промышленных предприятий металлургического комплекса. автореферат диссертации на соискание кандидата экономических наук / Московский государственный университет пищевых производств (МГУПП). Москва, 2015.

2. Professional burnout of personnel is a key problem in the system of human resources management Vorobey E.K., Trutt A.V. Sochi Journal of Economy. 2018. Т. 12. № 1. – С. 123-131.

3. Воробей Е.К. Система государственной поддержки сферы рекреации и туризма в условиях новой реальности XXI века. Монография. Москва, 2022. – С.16.

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ СРЕДСТВ ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ В ПРАКТИКЕ РАЗВИТИЯ ТУРИСТСКОЙ ТЕРРИТОРИИ

¹**Воробей Елена Константиновна**

²**Молчанова Виолетта Сергеевна**

¹ ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия

доктор экономических наук, доцент,

начальник управления научной политики и исследований,

доцент кафедры инновационных технологий в экономике и управлении,

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Тел.: 8 (862) 264-86-27

E-mail: vorobei.sochi@yandex.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия

преподаватель Университетского экономико-технологического колледжа,

354071, Россия, г. Сочи, ул. Чайковского 45

E-mail: v.molchanova_1991@list.ru

Abstract

The article discusses some features of the use of e-commerce tools in the development practice of a tourist destination. There is shown and analyzed the dynamics of inbound and outbound tourism in the Russian Federation for the first quarter of 2022. The factors of the growth of tourist attractiveness in the Russian Federation are clarified. Some e-commerce technologies used in the tourism sector are presented. In conclusion, the author emphasizes the importance of using mobile applications adapted to tourist needs.

Ключевые слова: электронная коммерция, электронный туризм, туристская дестинация, средства, въездной и выездной туризм.

Keywords: e-commerce, e-tourism, tourist destination, tools, inbound and outbound tourism.

Развитие предприятий туристкой направленности тесно связано с цифровой трансформацией. Отчасти из-за пандемии, туристский бизнес вынужден был применить новые цифровые технологии на практике, создав тем самым то, что мы называем «электронным туризмом». Популярность направления электронного туризма объясняется самой формой его направленности. Электронная дистрибуция облегчает туристу взаимодействие с поставщиками услуг. Бронирование отелей, покупка авиа, ж/д билетов и прочие турпродукты, и услуги доступны 24/7 практически из любой точки мира.

Электронный туризм имеет ряд преимуществ. Объекты, которые не привлекали внимания общественности ранее, получили возможность при помощи применения средств электронной коммерции развить свой потенциал и обеспечить доход в отрасли за счёт привлечения большего количества туристов.

По данным Ассоциации туроператоров РФ применение средств электронной коммерции в туризме тесно связано с законодательными нововведениями. С 1 сентября 2023 г. «Электронная путевка» станет обязательной для тех, кто реализует туры за рубеж. С 1 сентября

2024 г. в сфере внутреннего и (или) въездного туризма. Уточняется, что законопроект урегулирует возврат денежных средств туристам, которые были призваны на службу в связи с СВО, пошли туда по контракту или добровольцами с 24 февраля 2022 года [1].

Материалы и методы

В работе использованы данные Ростуризма, Ассоциации туроператоров России, научные статьи по теме исследования, размещенные в российских и международных базах данных (РИНЦ, Researchgate, Google).

Методологической основой данной работы является диалектический метод. Также используются общенаучные методы, такие как системный и сравнительный анализ, наблюдение и сравнение.

Результаты и обсуждение

Электронный туризм – это процесс цифровизации всего туристского сектора и инфраструктуры. К некоторым преимуществам электронного туризма относятся:

- устранение сезонности;
- установка более эффективной связи с клиентами;
- увеличение количества заказов и доходов в целом.

Структура и принципы индустрии туризма были необратимо изменены с использованием Интернета. Туристы как конечные потребители продукта теперь могут легко выбирать свое местоположение, сравнивать цены и управлять своими финансовыми транзакциями [3, 4].

Информационные и коммуникационные технологии являются сейчас мощными стратегическими инструментами, которые могут помочь туристской дестинации в укреплении позиций своих объектов [5, 6, 7].

На Рисунках 1, 2 показана динамика въездного и выездного туризма в РФ за I квартал 2022 г. Такие факторы как экономические санкции, нестабильность валютных курсов, закрытие аэропортов привели к сокращению уровня въездного туризма. Пассажиропоток из стран, которые могли бы обеспечить туристскую отрасль РФ доходами, был прерван. Многие компании туристической индустрии снова оказались под угрозой банкротства.

По данным Ростуризма, к июню 2022 г. в Едином федеральном реестре туроператоров России числилось 4295 туроператоров, что на 0,07 % меньше, чем в 2020–2021 гг. (4298), но на 7 % меньше, чем в 2019 г. до пандемии (4571) [2].

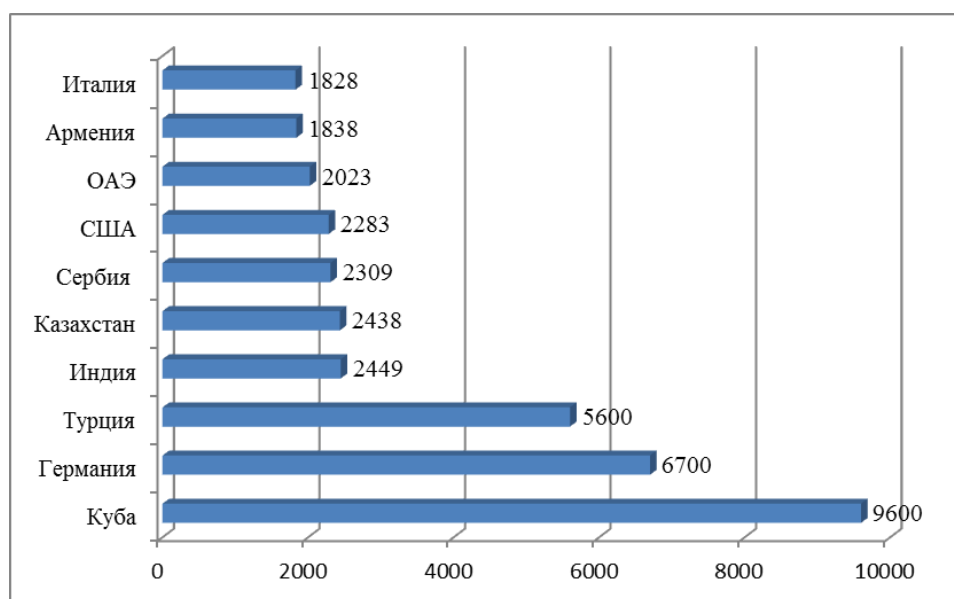


Рис. 1. Динамика въездного туризма в РФ за I квартал 2022 г.

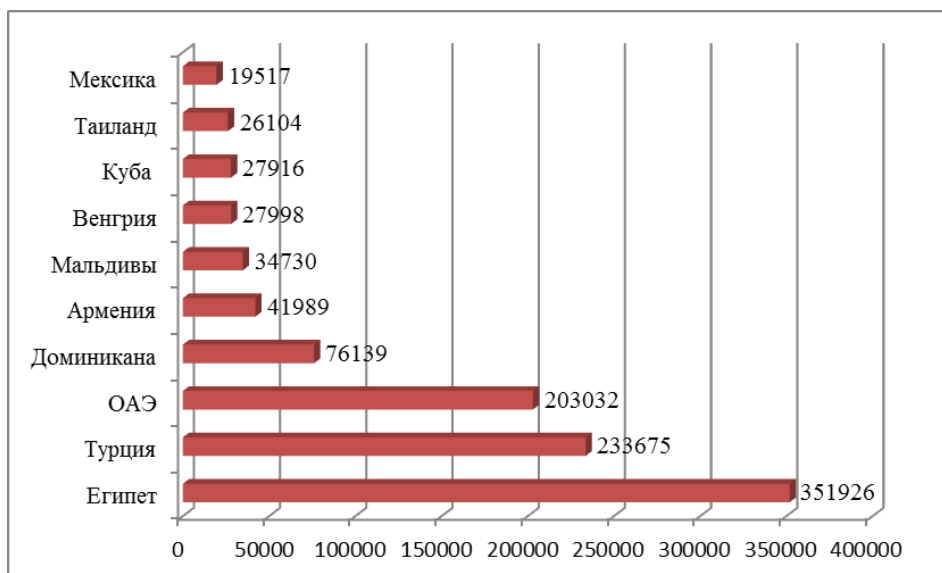


Рис. 2. Динамика выездного туризма в РФ за I квартал 2022 г.

Факторами роста в 2022 г. стали популяризация туристских направлений внутри России вместе с реализацией программы туристского кэшбэка, закрытым авиасообщением с рядом стран и значительным ростом цен на зарубежные туры.

Согласно данным Ростуризма (май, 2023 г.) 48 регионов получают активное развитие. Среди них Алтай, Абхазия, Дагестан, Московская и Ленинградская области и другие. Маркетинговое агентство Demis Group (г. Москва, РФ) предоставило некоторые данные в свободном доступе. Отмечается, что традиционное прямое бронирование (на стойке при заселении в гостиницу, через звонок на стойку администратора) составляет большую долю всех продаж. В 2021 г. этот показатель доходил до 58 %, а в 2022 г. вырос до 62 %. Более 80 % туристов посещают официальный сайт места размещения перед заселением, также ими учитываются отзывы об организации, размещенные, например, на платформе Яндекс. Организаторы исследования рекомендуют инвестировать средства в оптимизацию работы сайта, улучшению его визуализации, уделять внимание качеству публикуемого контента, а также своевременному созданию/обновлению мобильной и десктопной версий. Помимо этого, на число бронирований влияет медийная реклама. Таргетинг на базе Яндекс директ является ещё одним инструментом привлечения внимания целевой аудитории потребителей турпродукта/услуги [8].

К 2030 г. ожидается увеличение объёма мирового рынка чат-ботов на уровне 3,99 млрд долл. Эффективные чат-боты могут собрать загруженные предыдущие данные о туристе и предугадать его предпочтения на текущий момент (например, предложение интересующего турмаршрута, поездку в определённый сра-комплекс и прочее).

Использование мобильной коммерции в турсфере также имеет важные особенности. Дестинациям следует обеспечить приток инвестирования в разработку мобильных приложений, адаптированных под каждый регион с учетом особенностей локаций. Использование зарекомендовавших себя систем оплат, многоканального подхода повысят узнаваемость бренда и обеспечат гибкость в продажах [9].

Заключение

Таким образом, будущее туристских дестинаций тесно сопряжено с развитием инструментов онлайн-продаж, учетом трендов отрасли, должно соответствовать законодательным нормам и быть применимым к конкретным локациям.

В статье подчеркивается важность использования мобильных приложений, использующих искусственный интеллект и способных обработать большие массивы данных.

Сбор информации о транзакциях, социальных сетях и поведении пользователя в Интернете позволит узнать туриста до потребления им турпродукта/услуги.

Это будет способствовать удовлетворенности туриста, ведь их желания и предпочтения будут своевременно проанализированы при помощи смарт-систем.

Библиографический список:

1. Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. URL: <https://www.atorus.ru/node/52729> (дата обращения: 13.05.2023 г.).

2. Ростуризм [Электронный ресурс]. URL: tourism.gov.ru (дата обращения: 13.05.2023 г.).

3. Key figures for tourism and e-tourism in 2021-2022 [Электронный ресурс]. URL: <https://www.alioze.com/en/figures-tourism> (дата обращения: 13.05.2023 г.).

4. Xiaoli Liu, Lei Zhang, Qian Chen. The effects of tourism e-commerce live streaming features on consumer purchase intention: The mediating roles of flow experience and trust. *Front. Psychol.*, 26 August 2022. *Sec. Organizational Psychology*. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.995129/full> (дата обращения: 14.05.2023 г.).

5. What are the Advantages of E-tourism in the Hospitality Industry Worldwide? [Электронный ресурс]. URL: <https://joistpark.eu/en/e-tourism-advantages-hospitality-industry/> (дата обращения: 14.05.2023 г.).

6. Yazeed Al Moaiad et al. The Benefit and Impact of E-Commerce in Tourism Enterprises. 2021 2nd International Conference on Smart Computing and Electronic Enterprise (ICSCEE) [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/366092023_The_Benefit_and_Impact_of_E-Commerce_in_Tourism_Enterprises (дата обращения: 14.05.2023 г.).

7. Ecommerce in Tourism Industry [Электронный ресурс]. URL: <https://ukdiss.com/examples/ecommerce.php> (дата обращения: 15.05.2023 г.).

8. Цифровизация туротрасли 2023: тренды и стартапы [Электронный ресурс]. URL: <https://welcometimes.ru/opinions/cifrovizaciya-turotrasli-2023-trendy-i-startapy> (дата обращения: 15.05.2023 г.).

9. Глобальный рынок электронной коммерции: 8 трендов в 2023 году [Электронный ресурс]. URL: <https://e-pepper.ru/news/globalnyy-rynok-elektronnoy-kommertsii-8-trendov-v-2023-godu.html> (дата обращения: 15.05.2023 г.).

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ПРОЦЕССАМИ СУБЪЕКТОВ МАЛОГО ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА АПК

¹Воробей Елена Константиновна

²Пугачев Иван Викторович

¹ ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия

доктор экономических наук, доцент,

начальник управления научной политики и исследований,

доцент кафедры инновационных технологий в экономике и управлении,

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Тел.: 8 (862) 264-86-27

E-mail: vorobei.sochi@yandex.ru

² ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия

аспирант

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94

Тел.: 8 (862) 264-86-27

Abstract. The article analyzes the contribution of small businesses of the agro-industrial complex to the sustainable development of tourist areas in the new reality. The prospects for the participation of small enterprises of the agro-industrial complex in the production of territorial tourism products (agricultural tourism) are outlined, a set of measures is proposed to intensify the process of introducing innovations in the agro-industrial complex.

Ключевые слова: устойчивое развитие, сельский туризм, агропромышленный комплекс, малое предпринимательство, инновации, цифровизация

Keywords: sustainable development, agricultural tourism, agro-industrial complex, small business, innovation, digitalization

Концепция устойчивого туризма Всемирной туристской организации предполагает достижение надлежащего баланса между экономическими, экологическими и социально-культурными аспектами развития данной отрасли с целью обеспечения ее долговременной устойчивости [1].

Основными принципами устойчивого развития являются:

- Выстраивание долгосрочной экономической политики, обеспечивающей справедливое распределение доходов от туризма, стабильную занятость, стимулы развития принимающих дестинаций.

- Оптимальное использование экологических ресурсов (являющихся ключевым элементом развития отрасли), сохранение природного наследия и биологического разнообразия.

- Выстраивание долгосрочной социальной политики и политики в сфере культуры, направленной на сохранение самобытности и культурного наследия принимающих дестинаций.

Реализация принципов устойчивого развития станет возможной только при условии комплексного подхода к развитию туристских территорий, при котором данные принципы будут применяться не только в отношении отдельно взятой сферы туризма и рекреации, но и в отношении всех тех сфер территориальной экономики, которые взаимосвязаны с ней через производство туристских продуктов. Согласно результатам ранее выполненных исследований [2], к таким смежным с туризмом и рекреацией сферам относится подавляющая часть сфер экономики отдельно взятой территории, в том числе, сельское хозяйство и агропромышленный комплекс (далее - АПК). Тесная взаимосвязь данной сферы с туризмом и рекреацией обусловлена прежде всего очевидной зависимостью объемов потребления продукции АПК от количества туристов и отдыхающих, посещающих территорию (данный эффект наиболее характерен для территорий с наибольшей туристской привлекательностью, например, таких, как Краснодарский край), что свидетельствует о стимулирующем воздействии туризма на АПК.

Возможным является и обратное влияние, когда аграрный сектор может способствовать увеличению туристских доходов, например, за счет развития различных видов сельского (событийного, гастрономического, экологического, этнографического) и аграрного (связанного со сбором урожая) туризма, который во многих странах мира рассматривается как одно из наиболее перспективных направлений развития данной сферы. Основная роль в развитии сельского туризма отводится малому бизнесу - фермерским хозяйствам, которые, например, в странах Европы, около 75 % своих доходов получают именно от туризма и только 25 % - за счет производства сельскохозяйственной продукции (рисунок 1).

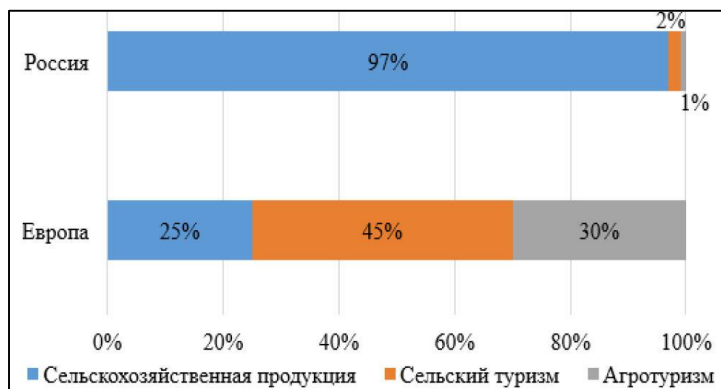


Рисунок 1 - Процентное соотношение выручки фермеров в Европе и России от различных источников дохода [3]

Несмотря на то, что сельский туризм в России обладает значительным потенциалом развития (по оценкам [3] - около 50 млрд. рублей на ближайшие 10-15 лет), данные, приведенные на рисунке 1, свидетельствуют и о низкой вовлеченности российского малого бизнеса АПК в развитие сельского туризма. Очевидными причинами такого положения вещей являются неразвитость инфраструктуры (в том числе - туристской) в большинстве сельских районов страны, отсутствие эффективной государственной поддержки, маркетинговых исследований и мер по активному продвижению сельского туристского продукта на рынке услуг. Не менее важной причиной является уровень развития малого бизнеса в аграрном секторе, который влияет как на общую туристскую привлекательность, так и на возможности предоставления тех или иных туристских продуктов (мест размещения в сельских мини-гостиницах, транспортных и экскурсионных услуг, продуктов питания и т.д.).

Таким образом, малый бизнес в сфере АПК потенциально способен участвовать в производстве не только сельскохозяйственной продукции (при том, что его доля в производстве такой продукции достигает значительных величин, например, в Краснодарском крае в 2022 году она составляла более 20 % - таблица 1), но и одновременно - в производстве достаточно перспективных территориальных туристских продуктов. Такая интеграция различных функций одной и той же экономической системы (в качестве которой выступает малый бизнес АПК) способна, в принципе, вызывать синергические эффекты, за счет которых экономическая эффективность деятельности системы может возрастать многократно. Поэтому важной задачей является выявление основных факторов, способных ускорить развитие малого предпринимательства в сфере АПК.

Таблица 1. Основные показатели производства сельскохозяйственной продукции на территории Краснодарского края хозяйствующими субъектами различных форм собственности (в фактически действовавших ценах, млн. руб., по данным Краснодарстата [4])

Период	2010 г.	2015 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.
Хозяйства всех категорий						
Продукция сельского хозяйства,	184083	340567	417201	432963	556249	660321
в том числе:						
растениеводство	114609	252731	301780	312359	420261	506015
животноводство	69474	87836	115421	120603	135988	154306
Сельскохозяйственные организации						
Продукция сельского хозяйства,	106180	217167	258303	267176	342750	417428
в том числе:						
растениеводство	75581	166967	189735	196759	263789	325625
животноводство	30599	50201	68569	70417	78961	91803
Хозяйства населения						
Продукция сельского хозяйства,	56121	60526	75035	80341	89710	99414
в том числе:						
растениеводство	18733	25794	32643	34947	38559	43502
животноводство	37388	34732	42392	45395	51151	55911
Крестьянские (фермерские) хозяйства						
Продукция сельского хозяйства,	21782	62874	83863	85446	123789	143479
в том числе:						
растениеводство	20295	59971	79403	80654	117913	136888
животноводство	1486	2903	4460	4792	5876	6592

В современных условиях развитие сферы АПК в значительной степени определяется внедрением инновационных технологий и повышением за счет этого эффективности производства. Инновационное развитие способствует стабильному росту внутреннего потребления и экспорта, уменьшению объема импорта за счет замещения внутренним

производством, повышению конкурентоспособности и увеличению инвестиционной привлекательности АПК. Инновации следует рассматривать в качестве самого главного фактора развития, поскольку в условиях новой реальности именно современные технологии определяют уровень развития как страны или территории в целом, так и отдельно взятых сферы экономики или предприятия.

Согласно [5], могут быть выделены четыре основных направления инноваций в сфере АПК:

- Селекционно-генетические инновации (выведение новых сортов, гибридов и т.д.).
- Производственно-технологические (внедрение новой техники и технологий).
- Организационно-управленческие (внедрение новых форм кооперации, организации и мотивации труда; новых систем обеспечения ресурсами и т.д.).
- Экономико-социологические (применение новых подходов к научно-техническому обеспечению АПК, меры по улучшению условий труда, оздоровлению окружающей среды, решению социальных проблем).

Перечисленные направления в целом соответствуют вышеуказанным принципам устойчивого развития, охватывающим экономические, экологические и социальные аспекты деятельности и гарантирующим долговременную устойчивость рассматриваемой системы. Успешная реализация инноваций по всем этим направлениям должна обеспечиваться комплексом мер (прежде всего - экономических), осуществляемых на всех уровнях организации - государственном, территориальном, отраслевом, на уровне отдельных предприятий сферы АПК. Представляется целесообразным осуществление следующих мер:

1. Активизация государственной поддержки малого предпринимательства в сфере АПК по направлениям финансирования, кредитования, обеспечения гарантий при кредитовании. В частности, могут быть скорректированы алгоритмы распределения бюджетных средств поддержки сельскохозяйственных предприятий в пользу малого бизнеса, обеспечен равный доступ всех категорий хозяйств к льготному кредитованию с учетом конкретных особенностей ведения хозяйства (например, с учетом видов, возделываемых агрокультур, уровней естественного плодородия земель и т.д.).

2. Расширение функционала государственных структур в процедурах получения субъектами малого предпринимательства АПК государственных заказов и заключения контрактов и в процедурах разработки механизмов проведения товарных интервенций и закупок сельхозпродукции для государственных нужд.

3. Решение на государственном уровне вопроса о внедрении в различные аспекты деятельности сферы АПК современных цифровых технологий. В частности, на первом этапе цифровизации могут быть внедрены стандарты электронного делового оборота (наподобие уже действующего европейского стандарта [6]), электронные фитосанитарные и торговые сертификаты. На втором этапе цифровизация может быть распространена на техническую сферу АПК путем внедрения технологий интернета вещей и больших данных, систем мониторинга сельскохозяйственных площадей, роботизированных средств, беспилотных систем и т.д. Затем могут быть созданы единые информационные платформы, предназначенные для обмена данными и/или трансферта новых технологий в агропромышленный комплекс конкретной территории или страны в целом [7].

Учитываемые в третьем пункте предлагаемых мер тенденции глобальной цифровизации, которая в условиях новой реальности затронула практически все стороны деятельности современного общества, в настоящее время уже представляют собой весомый самостоятельный фактор, который наряду с экономическими, экологическими и социальными факторами способен существенно повлиять на устойчивое развитие как отдельных сфер экономики, так и крупных территорий или стран в целом. Поэтому следует согласиться с предложением дополнить концепцию устойчивого развития четвертой составляющей - информационно-коммуникационной [8]. В развитие данной идеи можно предложить использование четырехкомпонентной концепции устойчивого развития (включающей экономическую, экологическую, социально-культурную и информационно-коммуникационную составляющие) при изучении функционирования не только отдельно

взятой сферы туризма (как в статье [8]), но и подавляющего большинства других сфер современной экономики (включая сферу АПК), которые прямо или косвенно взаимосвязаны со сферой туризма.

Библиографический список:

1. Устойчивое развитие // Официальный сайт Всемирной туристской организации. - URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development> (дата обращения: 12.06.2023).
2. Воробей Е.К. Система государственной поддержки сферы рекреации и туризма в условиях новой реальности XXI века: монография / Е.К. Воробей. - Москва: Русайнс, 2022. – 240 с.
3. Строева А.Г. Сельский туризм как перспективное направление развития сельских территорий регионов России / А.Г. Строева, А.Г. Иволга, Ю.М. Елфимова // Сервис в России и за рубежом. - 2021. - № 2(94). - С. 110-120. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/selskiy-turizm-kak-perspektivnoe-napravlenie-razvitiya-selskih-territoriy-regionov-rossii> (дата обращения: 12.06.2023).
4. Основные показатели сельского хозяйства Краснодарского края // Официальный сайт Управления Федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея (Краснодарстат). - URL: [https://23.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/13\(8\).pdf](https://23.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/13(8).pdf) (дата обращения: 12.06.2023).
5. Саломатин В.А. Инновационные процессы в АПК: сущность и направления развития // Теория и практика общественного развития. - 2011. - № 8. - С. 295-299. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsionnye-protsessy-v-apk-suschnost-i-napravleniya-razvitiya> (дата обращения: 12.06.2023).
6. Implementing UN/CEFACT e-Business standards in Agricultural Trade // Официальный сайт Европейской экономической комиссии ООН. - URL: <https://unece.org/trade/ECE-TRADE-428> (дата обращения: 12.06.2023).
7. Воронин Б.А. Управление процессами цифровизации сельского хозяйства России / Б.А. Воронин, А.Н. Митин, О.А. Пичугин // Аграрный вестник Урала. - 2019. - № 4(183). - С. 86-95. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/upravlenie-protsessami-tsifrovizatsii-selskogo-hozyaystva-rossii> (дата обращения: 12.06.2023).
8. Морозов М.М. Концепция устойчивого развития туризма в условиях новой реальности // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. - 2021. - № 3. - С. 32-39. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kontseptsiya-ustoychivogo-razvitiya-turizma-v-usloviyah-novoy-realnosti> (дата обращения: 12.06.2023).

К ВОПРОСУ ОБ ОБЕСПЕЧЕНИИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ ДАЛЬНЕВОСТОЧНОГО РЕГИОНА: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

¹Гварлиани Татьяна Евгеньевна

²Крещенко Ольга Евгеньевна

³Шульженко Николай Владимирович

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры
354000, Краснодарский край, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
e-mail: antana-tata@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики» г. Хабаровск, Россия
доцент, заместитель директора Хабаровского института инфокоммуникаций по учебной и научной работе,
тел.: 8 (421) 242-86-26
e-mail: secret@hiik.ru

³ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики», г. Хабаровск, Россия
канд. соц. наук, доцент, руководитель группы научно-исследовательских работ и дополнительного образования Хабаровского института инфокоммуникаций
680013, г. Хабаровск, ул. Ленина, 73
тел.: 8-924-217-36-15
e-mail: shulzhenko60@bk.ru

Annotation: In the article, the authors, based on the analysis of scientific (historical, economic and political) literature, express their views on ensuring the economic security of the region under study.

Ключевые слова: Дальневосточный Федеральный округ России (ДФО, Дальний Восток, Дальневосточный регион), безопасность государства, сценарии развития Дальневосточного региона, экономическая безопасность страны и региона.

Keywords: Far Eastern Federal District of Russia (Far Eastern Federal District, Far East, Far Eastern region), state security, scenarios for the development of the Far Eastern region, economic security of the country and the region.

Экономическая безопасность государства (ЭБГ), это - состояние защищенности национальной экономики, при которой обеспечиваются экономический суверенитет страны, единство ее экономического пространства и условия для реализации стратегических национальных приоритетов. [2, ст.2]. Экономическая безопасность как гарантия независимости любого государства нацелена на самостоятельную экономическую политику и таким образом, является основой стабильности и достижения экономической эффективности деятельности в условиях глобализации мирового хозяйства [7, с.17].

Изучая целый комплекс проблем, которые возникают в русле реализации экономической безопасности государства можно выделить региональный аспект, особенно это характерно в условиях нашего государства, основанного на принципах национального единства и интеграционных процессов, как в сфере экономики, так и социально-культурной и политической направленности. Дальний Восток – самая отдаленная территория страны, мега регион, имеющий выход к двум океанам с очень богатой природой и климатическим разнообразием. Общая площадь Дальневосточного округа составляет почти 40% площади нашей страны. Дальний Восток очень богат сырьевыми ресурсами: алмазы, золото, олово, лес, морепродукты и многое другое. Поэтому этот регион очень привлекателен и должен иметь особенную заботу и безопасность со стороны государства. [7, с. 20-21]. В этих условиях важной задачей является разработка новой региональной политики, исходящей из: «национально-культурных, социально-демографических, природно-климатических, хозяйственных реалий, а также исторических особенностей формирования и развития субъектов России» [8, с. 12].

Особое место среди регионов России принадлежит Дальневосточному федеральному округу (Дальний Восток, Дальневосточный регион, ДВФО). И вопрос защиты этого региона, проблема не сегодняшнего дня. Исторически вопрос защиты (и не только военной, а прежде всего политико-экономической) стоял всегда у властей как Российской Империи, так и Советского Союза. Подтверждение этому мы находим в трудах таких авторов, как: Арсеньев В.К., Балахонский В.В., Батюшин Н.С., Головачев П.М., Дубинина Н.И., Иконникова Т.Я., Флеров В.С., Хитин М.С., Целищев М.И., Янборисов Р.А. и др.

Уникальность его состоит с том, что все субъекты РФ, дислоцирующиеся здесь, являются приграничными. Поэтому Дальневосточный регион имеет ключевое значение для обеспечения экономической безопасности Российской Федерации по соблюдению интересов государства в территориальной, экономической и военной области. Это обуславливается еще и тем, что эти сферы, так или иначе, затрагивают интересы КНР, Японии, Южной Кореи и США – наиболее сильных и динамично развивающихся государств Азиатско-Тихоокеанского региона (АТР) и всего современного мира.

В настоящее время Дальний Восток необходимо «интегрировать в Россию, в нынешнем состоянии регион представляет из себя угрозу национальной безопасности и угрожает ухудшению позиций России в Азиатско-Тихоокеанском регионе» – заявил президент России В.В. Путин на заседании Совбеза [6].

Перед учеными страны была поставлена задача найти те пути экономического развития, которые способствовали бы решению поставленных задач. Учеными страны, такими как: Галлиулин Д.Л., Гарусова Л.В., Дьяченко В.Н., Кадермятова А.Г., Минакер П.М., Синенко О.А., Чиркин А.Б., Харитоновна Н.М., Хван И.В. и др. были представлены модели экономического развития Дальневосточного региона. Таким образом, разработано и сформировалось несколько вариантов экономического развития Дальнего Востока, творческая реализация которых не только направлена на повышение эффективности социально-экономического развития региона, но и формирование эффективной системы экономической безопасности.

В настоящее время в Дальневосточном федеральном округе государство реализует долговременную программу, цель которой создание эффективной системы социально-экономического развития региона на основе экономической безопасности. Для достижения поставленной цели реализуется целый круг стратегических задач:

- усиление экономического влияния России в Тихоокеанском регионе на основе системы международного разделения труда;
- формирование эффективной системы контроля за стратегическими сырьевыми ресурсами;
- обеспечение военно-политического влияния в бассейне Тихого океана.

На основе решения этих геостратегических задач Россия упрочит статус мировой державы [10].

Итак, рассмотрим представленные варианты развития.

Вариант 1. Модель в основе которой лежит система государственной поддержки региона, при этом принцип самофинансирования необходимо обязательно учитывать. Эта модель нашла свое отражение в программе «Дальний Восток и Забайкалье». При этом потребуются серьезная структурная перестройка экономики данного региона. В ее основе – создание инфраструктурной специализации региона на основе развития экспортных производств. Экспортный потенциал сейчас глубоко изучается, приоритет отдается сырьевой направленности и транспортной составляющей. Так, по мнению экспертов Российского экспортного центра (РЭЦ), к 2025 году только мощности производства природного газа можно увеличить в 1,5 раза, серьезные изменения ожидает и золотодобыча.

Вариант 2. Модель экспортной составляющей. В основе ее положена только ресурсная составляющая на традиционной основе. Данный сценарий реализуется в рамках концепции глобально ориентированного регионального развития. Сущность такого сценария для Дальнего Востока состоит в том, что на основе потенциального преимущества ресурсной базы создаются и реализуются региональные локомотивы успешного развития, способствующие укреплению позиций конкурентоспособности национальной экономики.

Вариант 3. Модель под названием «Китайская карта» делает акцент на интеграционных отношениях с Китаем. Но мы очень скептически относимся в данной модели в чистом виде. Однако, эффективность развития экономики Китая нам необходимо активно адаптировать на Дальнем Востоке. Конечная цель – формирование единого экономического (но события сегодняшнего дня могут привести и к формированию военно-политического союза) пространства российского Дальнего Востока и Китая, имея в виду, прежде всего, северо-восточные провинции КНР. Нам видится прежде всего реализация совместных проектов в области туризма. Здесь мы бы отдали данной стране предпочтение.

Вариант 4. Так называемая открытая модель развития региона. Данная модель предполагает широкое экономическое сотрудничество со странами азиатско-тихоокеанского региона (АТР), без привязки к одной конкретной стране. Экономика региона ориентируется на международный рынок. Цель этой модели – создание в регионе саморегулируемой системы способной решать текущие проблемы через фонды регионального развития.

Таблица 1 – Содержание основных направлений регионального развития

№ п/п	НАПРАВЛЕНИЯ	СОДЕРЖАНИЕ
1.	Топливо-энергетический комплекс (ТЭК)	Развитие ТЭКа следует рассматривать как целевой проект. Принципиальной задачей данного направления является газификация энергетики и коммунальных систем Забайкалья, юга Дальнего Востока и Якутии, что изменит условия формирования издержек производства в регионе
2.	Структурная перестройка промышленности	В современном мире услуг экономически эффективна только та промышленность – которая дает товар, соответствующий мировым стандартам качества и полученный с помощью высокопроизводительных ресурсосберегающих технологий.
3.	Международное сотрудничество	Стабильная экономическая кооперация государств СВА и АТР в Северо-Восточной Азии (и в целом в АТР) предполагает создание транспортной и энергетической инфраструктуры, основанной на переработке российских энергетических ресурсов и обслуживании трансконтинентальных транспортных потоков.
4.	Международная система энергетических объектов	Формирование такой инфраструктурной международной сети в комплексе с развитием добывающих и перерабатывающих производств на самом Дальнем Востоке открывает перспективы получения положительных эффектов не только на Дальнем Востоке, но и в национальной экономике в целом. Ведь создание стабильного и емкого рынка в СВА делает эффективными для вовлечения в эксплуатацию ряд ресурсов восточных районов России
5.	Социальная адаптация людей	Решение проблемы потенциального дефицита рабочей силы через создание достойной и признаваемой самим населением комфортной и безопасной жизни в регионе.
6	Формирование новой качественной инфраструктурной составляющей	Развитие транспорта, начиная от автомобильных дорог, до возрождения авиазаводов и машиностроения. Возрождение строительства железных дорог и контейнерных перевозок. Развитие морских и речных портовых зон
7	Развитие туризма	Новые маршруты, лечебные природные источники
8	Развитие образовательных кластеров	Прежде всего международного уровня, интеграция образовательных систем и обмена
9	Особые экономические зоны	Развитие игорных, технико-внедренческих, научных, портовых и новых видов
10	Создание совместных предприятий в области рыбной промышленности	Значительно не доиспользован данный ресурсных потенциал. Богатейший Дальневосточный ресурс мало доступен и недооценен
11	Лесопереработка и сельское хозяйство	Развитие совместных предприятий и доступность использования зарубежной рабочей силы в данных областях
12	Инвестиционная политика	Сделать более гибкой и адаптированной к современным условиям хозяйствования

Но, ни один из этих вариантов, по мнению специалистов – не может быть использован в чистом виде. Реализация рассмотренных нами вариантов зависит от эффективности решения целенаправленной государственной экономической политики, через коренную реорганизацию

направлений развития социально-экономической структуры исследуемого региона (составлено по материалам: 1, 2, 4-7, 10).

В заключении, завершая рассмотрение данного непростого вопроса, нам необходимо четко себе представлять, что в нынешней ситуации в России, одних только технических и финансовых мер экономического регулирования ситуации в регионе – недостаточно.

Необходима консолидация российского общества в вопросах развития энергетики, внутренней социально-коммунальной и приграничной инфраструктуры, транспортного и туристского комплексов, современных логистических и телекоммуникационных узлов [10], что обеспечит не только экономическую безопасность региона, но и страны в целом.

Библиографический список:

1. Российская Федерация. Законы. О территориях опережающего социально-экономического развития в Российской Федерации: федер. закон от 29.12.2014 № 473-ФЗ // СПС «GARANT.ru».

2. Российская Федерация. Президент. О Стратегии экономической безопасности Российской Федерации на период до 2030 года: Указ Президента [В.В. Путина] Российской Федерации от 1305.2017 № 208 // СПС «KREMLIN.ru».

3. Российская Федерация. Правительство РФ. Об утверждении Национальной программы социально-экономического развития Дальнего Востока на период до 2024г. и на перспективу до 2035г.: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 24.09.2020г. №2464-р // СПС «GARANT.ru»

4. Российская Федерация. Правительство РФ. Об утверждении Концепции демографической политики Дальнего Востока на период до 2025 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20.06.2017г. №1298-р // СПС «GARANT.ru».

5. Жданова Н.М. Совершенствование обеспечения экономической безопасности в сфере промышленного производства на территории субъекта РФ (Хабаровский край): монография / Н.М. Жданова, Т.А. Жданова // Тихоокеан. гос. ун-т. – Москва: Перо, 2022. – 112 с.: ил., табл.

6. Путин В.В. Подъем Дальнего Востока – наш национальный приоритет на весь XXI век. – Режим доступа: <https://minvr.ru/press-center/news/1669>

7. Синенко О.А. Социально-экономические риски государства в рамках территорий с особым экономическим статусом Дальнего Востока. / О.А. Синенко, А.Е. Кадермятова. – Москва: Первое экономическое издательство, 2021.

8. Социально-экономическое развитие Дальнего Востока и Арктики как приоритет государственной политики Российской Федерации / Под об. ред. Н.М. Харитонова. – Москва: Издание Государственной Думы, 2021. – 320с.

9. Формирование эффективной системы экономической безопасности регионов России с участием органов внутренних дел: учебное пособие [Ю.Г. Наумов и др.].– Москва: Академия управления МВД России, 2021. – 188 с.

10. Хван И.С. Государственное регулирование развития Дальнего Востока: современные подходы: монография / И.С. Хван [и др.]. – Хабаровск: Дальневосточный институт управления – филиал РАНХиГС, 2019. – 164 с.

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТСКОЙ ОТРАСЛИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

¹**Збарская Анна Владимировна**

²**Тараканова Ольга Владимировна**

³**Кулагин Евгений Игоревич**

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
старший преподаватель кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма, Москва, Рязанский проспект, д. 99
Тел. 89651240924
E mail anna1305@inbpx.ru

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
старший преподаватель кафедры управления в международном бизнесе и индустрии
туризма, Москва, Рязанский проспект, д. 99
E mail ol-tarakanova@mail.ru

³ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
студент
109542, г. Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (910) 088-09-94
E-mail: kulagi-9999@mail.ru

Abstract: The article discusses the current trends of digitalization of the tourism industry of the Russian Federation. The necessity of using digital technologies in tourism as a basic condition for ensuring the competitiveness of enterprises in this sector of the economy is noted. The article also discusses the most promising digital solutions for regional tourism and provides examples of the implementation of such solutions.

Ключевые слова: цифровизация туризма, информационная среда, мобильные приложения, виртуальная и дополненная реальность

Key words: digitalization of tourism, information environment, mobile applications, virtual and augmented reality

Являясь одной из важнейших отраслей экономики, туристический бизнес отличается высокой конкуренцией и обилием информации. Потребности современных туристов значительно изменились за последнее десятилетие, что неизбежно приводит к преобразованиям в области цифровых коммуникаций в туристской сфере. Подонные трансформации становятся особенно значимыми в условиях диджитализации, когда первостепенной задачей любого туристского предприятия становится привлечение и удержание внимания клиентов.

Национальный проект «Цифровая экономика РФ», осуществляемый в настоящее время в России, предусматривает цифровизацию во всех сферах деятельности, результатом чего должен стать их переход на более конкурентоспособный уровень [3]. Эксперты в сфере маркетинга и экономики считают, что туристическая индустрия готова к переводу своих бизнес-процессов на новый уровень, соответствующий темпам развития цифровой экономики.

Развитие цифровой техники – важнейшее направление и в утверждённом Правительством Российской Федерации плане «Стратегия развития туризма в России до 2035 года» [4]. Цифровизация туризма позволяет переводить все государственные услуги по туристической деятельности в электронную форму, а также использовать разнообразные цифровые решения для эффективного сотрудничества с предпринимателями и экспертами по части разработки и запуска туристических проектов.

Аналитики утверждают, что создание туристской экосистемы (специальной онлайн-платформы, способной объединить всех участников рынка) является необходимым решением в деле развития внутреннего и внешнего туризма. Считается, что данное решение будет способствовать формированию полезного клиентского опыта, связанного с различными внешними источниками информации и существующими социальными программами. На указанной платформе можно разрабатывать различные блоки, также сервисы и мобильные приложения с возможностями для совершенствования продвижения российского туристского продукта [1].

При этом правительство РФ отмечает ряд важных решений в сфере цифровых технологий. Одно из этих направлений – повышение привлекательности туристических услуг за счёт внедрения мультязычных сервисов, включая информационные, навигационные и сервисы самообслуживания. Следующее значимое направление – разработка и запуск технологий Big Data и ИИ (искусственного интеллекта) – возможности

для сбора и анализа данных, а также развития системы продвижения туристических услуг и создания актуальных проектов и предложений в данной сфере.

Кроме того, всё более очевидна востребованность онлайн-сервисов построения туристических маршрутов с возможностью купить билеты, бронировать гостиницы, что диктует необходимость развития подобных услуг. Ещё одним интересным направлением может стать разработка и реализация электронной туристской карты путешественника и её аналога – мобильного приложения, в различных российских городах [2]. Современные цифровые технологии в туризме охватывают разные направления для реализации и предлагают потребителю неоспоримые преимущества. Например, запуск цифровых технологий очевидно способствует самостоятельному туризму, так как современные цифровые решения помогают ускорить приобретение турпродукта, и автоматизированные системы призваны быстро анализировать потребности клиента.

В целом, современные интернет - технологии и мобильный маркетинг существенно расширили возможности туристического сектора. Например, благодаря технологиям дополненной и виртуальной реальности потребители имеют возможность заранее узнать особенности туристического продукта. Так, виртуальная реальность способна создать эффект присутствия потенциального туриста в желаемом месте в то время, как дополненная реальность позволяет создавать новый туристский опыт с помощью внедрения инструментов цифрового пространства. Помимо этого, интерактивная туристская среда, в которую вовлекаются туристы и представители туристического бизнеса, призвана расширять кругозор клиентов, особенно тех, кто имеет ограниченные физические возможности. В свою очередь искусственный интеллект в туристской отрасли помогает быстрее и эффективнее реализовывать авиабилеты, номера в гостиницах и также пакетные туры [2].

Эксперты в сфере экономики и маркетинга подчёркивают, что в условиях глобальной цифровизации неизбежно развиваются новые требования к информационной и коммуникационной среде, также – к формированию единого и объединяющего информационного пространства. Например, чат - боты и формирующий их искусственный интеллект относятся к технологиям повышения доступности информации. Чат - боты позволяют круглосуточно сортировать и оперативно отвечать на запросы пользователей без участия клиента [1].

Кроме того, виртуальная и дополненная реальности способны расширить возможности бюджетных туристов, которые предпочитают самостоятельно организовывать маршруты, изучать туристические объекты, также бронировать билеты и номера в отелях. При этом продвижению туристического продукта и услуг могут способствовать использование смартфонов, планшетов, что позволяет маркетологам объединить несколько коммуникационных каналов и проводить двустороннюю передачу информации с потенциальным и реальным клиентом. В данном случае стираются барьеры, связанные с географическим расположением, временем суток, возрастом и полом потребителей, а также их материальным благосостоянием.

Очевидно, что регионы Российской Федерации также заинтересованы в развитии туристической отрасли, поэтому предлагают и реализуют различные проекты, основанные на современных технологиях. За последние годы специалисты уже оценили ряд цифровых идей для региональной туротрасли. Среди них такие продукты, как мобильное приложение и онлайн-карта StavTravel в Ставропольском крае, мобильный справочник «Алтай Today». Также платформы построения автомобильных маршрутов RoadTravel и сервис-агрегатор «BookRussia» для создания индивидуальных поездок. Здесь же можно отметить туристские порталы Хакасии и Камчатки, также Архангельской, Псковской, Калининградской и Амурской областей [5].

Кроме того, есть информация о внедрении туристских платформ на основе цифровых экосистем, разработанных известной компанией «Русатом Инфраструктурные решения» (РИР), в Железногорске и Мурманске, а также Чувашии и некоторых других регионах России. Данная цифровая экосистема состоит из трёх основных компонентов: информационного web-портала, мобильного приложения и программного обеспечения для

интерактивных городских панелей. Указанный web-портал – это уже готовое «коробочное» решение, предлагающее адаптивный дизайн с возможностью визуальной настройки в зависимости от потребностей клиента. Данная цифровая модель состоит из нескольких модулей интеграции с известными сервисами «Культура. рф», «Яндекс. Афиша» и «Маркетплейс». Последний модуль позволяет участникам оперативно регистрироваться на портале, а также удобно подключаться к платёжной системе. В некоторых ресурсах, например, в «Опросах», «Блоги» и «Обратная связь» гостям предоставляется возможность оставлять отзывы или делиться впечатлениями подробнее в виде публикации материала [5].

Важно отметить, что рассматриваемый информационный портал также дополнен мобильным приложением и соответствующим программным обеспечением для так называемых городских интерактивных киосков, расположенных в самых посещаемых туристами местах города. Гости, заинтересованные этим решением, имеют возможность скачать данное приложение, после чего получают адресное push-уведомление с информацией о ближайших к ним по расположению достопримечательностях в данный момент времени. Особенностью предложенного цифрового решения называют единое управление контентом для различных устройств, а также его мультиязычность – портал способен поддерживать 28 иностранных языков. Известно, что рассматриваемые разработки РИР прошли регистрацию в реестре отечественного программного обеспечения, при поддержке Минцифры РФ [3].

Говоря о ближайших перспективах цифровой трансформации, эксперты называют продвижение на региональных туристских рынках такой услуги, как «динамическое пакетирование» - туроператор, подключённый к разным сервисам поиска и бронирования отелей, билетов и транспорта, формирует необходимое предложение при получении запроса от туриста в тот же момент времени. Спрос на данную услугу уже наблюдается в регионах, и в ближайшие годы ожидается существенный рост в этом направлении. Также предполагается внедрение данной услуги и в рамках решения РИР, при этом пользователь туристического портала сможет самостоятельно составлять маршрут, выбирая нужные услуги, и оперативно получать информацию о стоимости данного тура [2].

Таким образом, анализ современных трендов в туристической отрасли показывает необходимость внедрения различных инструментов цифровой трансформации в планирование развития туризма в пределах России и за рубежом. Туристический бизнес становится всё более технологичным. Поэтому чтобы успешно привлекать и удерживать клиентов необходимо постоянное совершенствование бизнес-процессов в организации, также улучшение имеющихся услуг, стремление сделать их максимально доступными и понятными для гостей.

Внедрение digital-технологий значительно упрощает коммуникацию между туристическими компаниями и их клиентами, делает её автоматизированной и более привлекательной. Разнообразие цифровых решений региональной туристической отрасли, уже успешно прошедших апробацию в полуденное время во многих городах России, могут послужить показательным примером реализации программы Правительства РФ по цифровизации всех отраслей экономики, и давать позитивные прогнозы относительно дальнейших перспектив развития туристской отрасли в России в целом.

Библиографический список:

1. Богомазова, И.В. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы / И.В. Богомазова, Е.В. Аноприева, Т.Б. Климова. // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – Т. 13. № 3 (85). – С. 34–47.
2. Е.С. Милинчук. Цифровая трансформация туристской отрасли в России: основные направления [Электронный ресурс]. – URL: https://www.sgu.ru/sites/default/files/textdocsfiles/2023/01/10/70_milinchuk.pdf (дата обращения: 13.04.2023).
3. Программа «Цифровая экономика Российской Федерации» [Электронный ресурс]. – URL: <http://government.ru/rugovclassifier/614/events/> (дата обращения: 20.04.2023).

4. Распоряжение Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р «Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/#1000> (дата обращения: 20.04.2023).

5. Региональный туризм и цифровизация [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.it-world.ru/it-news/reviews/186408.html> (дата обращения: 21.04.2023).

СМАРТ-КОНТРАКТЫ: ПРЕДПОСЫЛКИ ЦИФРОВИЗАЦИИ БИЗНЕС-СРЕДЫ

¹ **Ивнева Елена Владимировна**

² **Кавшбая Лия Леонидовна**

¹ФГБОУ ВО «Сочинский Государственный Университет», г. Сочи, Россия
канд. юр. наук, доцент, заведующий кафедрой гражданского и уголовного права и процесса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94.
Тел.: 8 (862) 268-25-87
E-mail: gpp00@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. юр. наук, доцент кафедры гражданского права и процесса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94.
Тел.: 8 (862) 268-25-87
E-mail: gpp00@mail.ru

Abstract: this article discusses the main characteristics of smart contracts and ways to implement them in the practice of civil circulation, the issues of digitalization of the business environment using smart contracts.

Ключевые слова: смарт-контракты, цифровизация, бизнес-среда, цифровые технологии, цифровые права, цифровая экономика.

Keywords: smart contracts, digitalization, business environment, digital technologies, digital rights, digital economy.

Основной причиной технологической трансформации послужило появление таких цифровых технологий, как сеть Интернет, искусственный интеллект, социальные сети, виртуальный мир и дополненная реальность, блокчейн, роботы нового поколения, облачные сервисы и многое другое. Несомненно, что всё это существует уже достаточно долгое время, однако глобальное использование таких технологий возникло лишь в последние года. Причиной тому является значительное снижение их стоимости, увеличение производительности и функциональности. Это подтверждается данными, представленными компаниями-лидерами рынка цифровых технологий, в которых видно, что за последнее десятилетие стоимость обработки информации снизилась на 10%, а стоимость средств для обмена данными – на 40% [1].

Увеличение спектра применения и материальная доступность новейших технологий привела к повсеместному представлению, созданию и пересылке информации в цифровом виде. Совсем недавно такая информация сосредотачивалась преимущественно в области информационно-коммуникационных технологий, а уже сейчас почти вся информация существует в цифровом виде.

Следовательно, цифровая экономика представляет собой совокупность экономических процессов, возникающих в результате многочисленных интернет-взаимодействий между людьми, организациями, устройствами, процессами и данными. Новая экономика – следующий уровень развития социальной и бизнес-среды.

Основными качествами цифровых компаний являются:

– циркуляция информации в цифровом виде;

- сенсорное управление приборами;
- обеспечение качественного взаимодействия клиентов с продуктом или услугой;
- гарантирование информационной безопасности;
- автоматизированное управление;
- применение внутренних и внешних социальных сетей.

Для того чтобы продолжить успешно функционировать в условиях новой среды, обычным компаниям пришлось прибегать к трансформации при помощи цифровых технологий. В частности, большое количество популярных компаний, которые являлись для многих символом качества и надёжности, стали терять высокие рейтинги и позиции на рынке, так как не смогли конкурировать в условиях цифровой экономики. Например, производитель мобильных телефонов «Nokia», крупнейшая по продажам книг компания «Barnes&Nobles» и кинопрокат «Blockbuster».

Одним из ярких примеров цифровизации в бизнес-среде является появление «Смарт-контрактов». Смарт-контракты - компьютерные программы, которые гарантируют исполнение обязательств, определяют условия сделки и санкции при их невыполнении, а также автоматизируют процессы и принятие решений. Данный контракт так же подписывается сторонами. Смарт-контракты могут самостоятельно проверять выполнение условий и принимать решения о завершении сделки, выдаче требуемого (какого-либо имущества) и наложении штрафов.

Для взаимодействия с внешними источниками данных, такими как банки или реестры, используются специальные сервисы, которые обеспечивают доступ к информации в режиме реального времени. С помощью этих сервисов смарт-контракты могут получать информацию об изменении цены, курсе валюты и текущем статусе исполнения обязательства. Кроме того, сервисы уведомляют смарт-контракты о случившихся событиях, влияющих на выполнение их алгоритмов.

В зависимости от того, сколько стадий сделки прописано в умном контракте, выделяют его следующие виды:

- полностью автоматизированный (то есть бумажный носитель отсутствует);
- частично автоматизированный (имеется копия на бумажном носителе и требуется решить заранее, какой носитель будет доминировать при несоответствии);
- частично автоматизированный, преимущественно на бумажном носителе (так, если смарт-контракт регулирует только расчеты, а порядок разрешения споров, заверения об обстоятельствах содержится в классическом договоре).

Смарт-контракты, работающие в связке с интернетом вещей, имеют огромный потенциал для автоматизации процессов и повышения эффективности. Например, в каршеринге они позволяют отслеживать местоположение автомобиля и автоматически открывать его для арендатора. При аренде жилых помещений смарт-контракты могут автоматически переводить ежемесячные платежи и блокировать доступ в случае задержки оплаты. Для взаимодействия с внешним миром используются специальные сервисы, которые обеспечивают доступ к актуальной информации в конкретный момент.

Смарт-контракты действительно являются инновационным решением, которое обладает множеством преимуществ:

- обеспечение быстрого и автоматизированного выполнения задач;
- исключение возможности вмешательства третьих лиц и гарантия надежности транзакций;
- благодаря автоматической системе, смарт-контракты позволяют избежать ошибок и обеспечивают экономию расходов за счет устранения посредников и операционных расходов;
- смарт-контракты обеспечивают защиту от неисполнения обязательств одной из сторон, что является важным фактором при заключении сделок.

К недостаткам смарт-контрактов можно отнести следующее:

- неизбежная связь с блокчейном – это означает, что смарт-контракты могут быть ограничены в использовании только на тех платформах, которые поддерживают блокчейн;
- такие контракты не могут быть выполнены, если блокчейн не работает по какой-либо причине, например, из-за технических проблем или кибератаки;
- сложность – создание и разработка таких контрактов может потребовать значительных затрат времени и ресурсов, а также требует высокой квалификации IT-специалистов. Это может стать препятствием для малых и средних предприятий, которые не могут позволить себе их нанимать;
- отсутствие гибкости – после того, как контракт был создан и подписан, его нельзя изменить. Это может стать проблемой, если условия контракта нужно изменить в будущем. В этом случае придется создавать новый контракт, что может быть затратным и небыстрым процессом.

По мнению Игоря Судеца, появившаяся в Гражданском кодексе норма об умном-контракте – это политический знак, показывающий важность введения в среду цифровых новшеств, так как с правовой позиции смарт-контракты можно было заключать даже до внесения указанных поправок [2].

Следовательно, эксперт утверждает, что смарт-контракты представляют собой исходный текст программы, который автоматически или полуавтоматически соблюдает условия, оговоренные в нем. Эти условия могут быть договорными. Важным моментом при применении смарт-контрактов становится доверие субъектов такого договора к неизменности кода. Благодаря этому блокчейн является наиболее используемой технологией. Его надёжность обусловлена применением совокупности синхронизированных массивов цифровых данных.

Генеральный директор DDC Ltd., автор программы РЭУ имени Г. В. Плеханова «Блокчейн-программирование» Илья Михеев подчеркнул, что смарт-контракты на самом деле могут представлять собой юридически обязательные документы в электронном виде или программу, которая выполняет конкретные задачи при выполнении заранее определенного условия, и также такие контракты могут являться автономными компьютерными программами, размещенными на блокчейне, которые могут быть изменены и использованы для различных бизнес-целей[2].

При этом, в Гражданском Кодексе Российской Федерации говорится о сделках, которые выполняются автоматически с помощью программных технологий, согласно заранее согласованным условиям контракта [3].

Смарт-контракты включают в себя обязательные компоненты, такие как цифровая идентификация с использованием цифровых подписей, предмет договора, специальная рассредоточенная среда записи кода умного контракта, наличие нужных инструментов для его выполнения, таких как криптовалютные расчетные счета, а также развернуто представленные условия автоматической реализации контракта.

Преимуществами умных контрактов специалист считает такие их качества как:

- самоисполняемость;
- открытость использования;
- неизменность;
- высокая скорость выполнения;
- стоимость.

К несовершенствам специалист отнес в первую очередь:

- трудность введения смарт-контрактов в бизнес-среду, связанную с необходимостью наличия (желательно среди постоянных работников компании) программиста, обладающего необходимым опытом и умеющего составлять такие контракты согласно нуждам организации [2].

- помимо этого, необходимо учитывать такое качество, как человеческий фактор, а именно допустимость случайной ошибки в программе;

– стоит учесть и риски, относящиеся к юридической неоднозначности, как в случае применения в рамках умных контрактов цифровой валюты (криптовалюта).

В практике интеграции умных контрактов можно выделить два основных подхода: обособленную модель и гибридную модель. Согласно первой модели, правовые договоры в форме документов будут сохранять свой привычный вид, однако, некоторые условия будут дополнительно закрепляться в смарт-контракте. В гибридной модели большая часть документа остается в традиционной форме, а определенные условия договора, которые могут быть автоматизированы – записываются на одном из формальных языков, предназначенных для записи компьютерных программ.

«Когда 95% граждан настроят автоплатежи за различные услуги, тогда можно будет переходить к более сложным технологиям и внедрять смарт-контракты», – мнение вице-президента МТПП Артема Далевича о перспективах применения смарт-контрактов [2].

Основным приоритетом для улучшения межкорпоративных отношений является установление электронного документооборота, после этого рационально переходить на ступень выше, а именно, в область смарт-контрактов. Помимо этого, специалист отметил, что для осуществления и совершения сделки целесообразно использовать уже функционирующие инструменты, как, счет эскроу (ст. 860.7 ГК РФ) [4].

Применение смарт-контрактов может быть перспективным направлением развития, в частности, как сказал Илья Михеев, Росреестр рассматривает возможность внедрения решений, основанных на смарт-контрактах, связанных с регистрацией объектов недвижимости [2]. Также планируется создать установку сотрудничества между субъектами процесса регистрации договоров долевого участия.

Смарт-контракты имеют возможность стать востребованными в финансовом секторе, где уже были проведены сделки с использованием этой технологии. В частности, несколько банков организовали перевод денежных средств путем применения умных контрактов. Было использовано несколько видов смарт-контрактов – для открытия и закрытия аккредитива.

В зарубежной практике имеются случаи применения смарт-контрактов. Так, например, в области страхования смарт-контракты используются для автоматизации выплат при непредвиденных стихийных бедствиях.

Использование умного контракта может быть полезным, отметил Илья Михеев, помимо остального, также в области защиты авторского права, патентных прав, бухгалтерского учета и в отрасли, обеспечивающей охрану здоровья населения [2].

Норма о смарт-контрактах вступила в силу с 1 октября 2019 года, хотя ранее применение таких контрактов не было запрещено [3]. Вероятно, подобное действие со стороны законодателя может стимулировать развитие цифровых технологий в бизнесе. Хотя массовое использование «самоисполняемых» сделок еще не является утвержденной практикой, но многие секторы, включая финансовую сферу, могут с успехом применять смарт-контракты.

Таким образом, смарт-контракты представляют собой многообещающую технологию, которая может существенно упростить и ускорить многие бизнес-процессы в разных отраслях экономики.

Библиографический список:

1. Accenture Technology Vision 2019: Short Report. 2019. Accenture. 96 p. [Электронный ресурс] - URL: <https://www.accenture.com> // Режим доступа: (дата обращения: 05.05.2023 г.)
2. Тематический круглый стол в МТПП Нацпроект «Цифровая экономика» 2019 г. [Электронный ресурс] - URL: <https://www.accenture.com> // Режим доступа: (дата обращения: 05.05.2023 г.)
3. Федеральный закон от 18 марта 2019 г. № 34-ФЗ «О внесении изменений в части первую, вторую и статью 1124 части третьей Гражданского кодекса Российской Федерации» // Собрании законодательства Российской Федерации. – 2019. - №12. - Ст.1224.
4. Гражданский Кодекс Российской Федерации (часть первая) от 30.11.1994 № 51-ФЗ // СЗ РФ. – 1994. – № 32. – Ст. 3301.

**ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ
ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНФРАСТРУКТУРНОГО ПОТЕНЦИАЛА
ОБЩЕСТВЕННОГО СЕКТОРА СПОРТИВНЫХ УСЛУГ
(НА ПРИМЕРЕ Г. ОМСКА)**

¹Ковалев Василий Александрович

²Мальцева Нэиля Анваровна

¹ФГАОУ ВО «Омский государственный технический университет», г. Омск, Россия.

Доктор экономических наук, доцент, зав. кафедрой цифрового управления процессами и системами нефтегазового комплекса

E-mail: kovalev_omsk@list.ru

²ФГБОУ ВО «Сибирский государственный университет физической культуры и спорта», г. Омск, Россия. Аспирант кафедры теории и методики туризма и рекреации

Abstract. The article discusses the issues of determining the essence, structure of the economic potential of a planar sports infrastructure, and examines approaches to its definition. Particular attention is paid to the issues of determining options for the commercial use of sports facilities, as well as the principles of building a system of municipal-private partnership in the field of management of the flat sports infrastructure of the municipality.

Ключевые слова: общественный сектор спортивных услуг, спортивные услуги, экономическая эффективность, доход, прибыль, рентабельность, государственное-частное партнерство

Keywords: public sector of sports services, sports services, economic efficiency, income, profit, profitability, public-private partnership

Для полноценного вовлечения большей части населения в массовый спорт, в занятия физической культурой и, тем самым, реализации демографических стратегий требуется наличие определенного количества и структуры спортивных объектов, а также их техническая пригодность, доступность для потенциальных пользователей. В условиях преимущественной заинтересованности государства и муниципальных органов власти большинство построенных за счет бюджетных средств объектов в короткий срок приводится в негодное состояние по причине отсутствия контроля и управления. Наиболее эффективным вариантом строительства и поддержания в требуемом состоянии объектов является определение заинтересованного участника, который, преследуя свои экономические интересы, будет способствовать развитию общественной спортивной инфраструктуры в муниципальном образовании. Оптимальным вариантом является привлечение бизнеса к управлению, но для практической реализации данного направления требуется точная и аргументированная оценка экономического потенциала объектов, а также содействие органов муниципальной власти в привлечении бизнеса в развитие массового спорта. Методологическая проблематика, слабое участие органов власти, отсутствие действенных механизмов вовлечения бизнеса препятствуют развитию общественной спортивной инфраструктуры и эффективной реализации государственной демографической стратегии по увеличению качества и продолжительности жизни населения. Следовательно, разработка методики оценки экономического потенциала объектов, а также механизма муниципально-частного партнерства являются важными стимулирующими факторами, способствующими вовлечению населения в занятия физической культурой и спортом, что, в свою очередь, подтверждает актуальность темы исследования.

Инфраструктурный потенциал общественного сектора спортивных услуг представляет собой совокупность отдельных спортивных объектов, создаваемых для решения конкретных социальных и экономических задач территориального образования. Каждый объект несет в себе экономический потенциал – целевой для бизнес-структур, при этом для оценки

совокупного потенциала инфраструктуры следует формировать общую оценку с учетом возможного интеграционного эффекта.

Н.Т. Маткаримова под экономическим потенциалом спортивного объекта рассматривает совокупность ресурсов, которые могут быть использованы в производстве продукта, а также способствовать решению различных экономических и социальных задач. Согласно данному подходу, структура экономического потенциала объекта включает:

- ресурсную характеристику с точки зрения совокупности ресурсов;
- производственно-экономическую характеристику, основанную на оценке результатов экономических и производственных отношений;
- народнохозяйственный потенциал как объем и характер влияния на макроэкономическую деятельность в рамках территориального образования, а также государства в целом (рисунок 1).

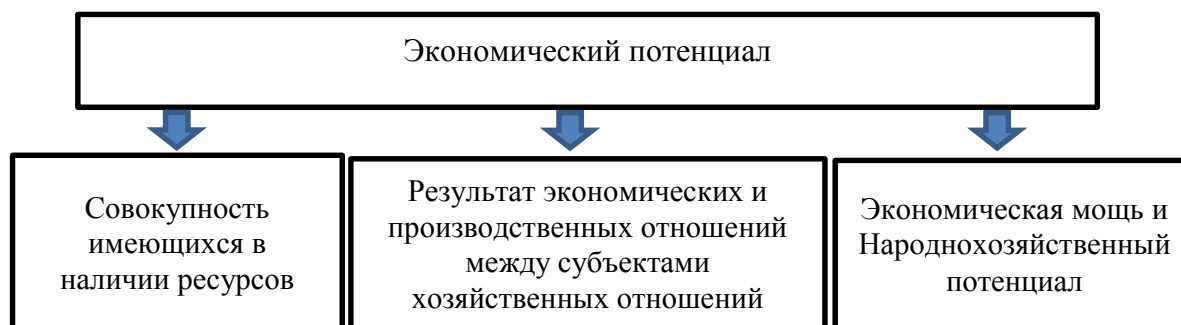


Рисунок 1 – Экономический потенциал в контексте ресурсного, производственного и макроэкономического подходов [10]

Отдельные исследователи в качестве формирования наиболее эффективного подхода к оценке экономического потенциала спортивной инфраструктуры дифференцируют данный потенциал на составляющие компоненты, выделяя в качестве основных спортивный, трудовой, предпринимательский и инновационный потенциал, уделяя особое внимание последним двум, формирующим стратегическую основу системы экономического управления спортивной инфраструктурой [9]. Несмотря на полноту состава компонентов, преимущественно теоретический характер исследований, а также недостаточная проработка экономико-математического аппарата не позволяют в полной мере опираться на исследования конкретного автора. Кроме того, вопросы ресурсного обеспечения раскрыты недостаточным образом, ввиду многофакторности и специфичности формирования себестоимости спортивных объектов.

По мнению К.Ю. Березиной, потенциал использования объектов спортивной инфраструктуры, с точки зрения инвестиционного подхода, заключается в объеме прибыли, которую сможет получить инвестор от вложения средств в строительство спортивных сооружений [3], потенциал социального эффекта наиболее весомым является при государственном участии в проектах. Как считает исследователь, для бизнеса первостепенную важность имеет экономический потенциал объекта, социальный потенциал может быть рассмотрен в качестве побочного, дополнительного эффекта. Такой подход может быть оправдан при краткосрочной оценке, без учета стратегической составляющей. Рассматривая в долгосрочной перспективе, каждый спортивный объект при условии максимального вовлечения населения в занятия спортом может принести экономический эффект, связанный с развитием трудовых ресурсов, повышением производительности труда.

Для повышения экономической эффективности использования инфраструктурного потенциала общественного сектора спортивных услуг следует оценить возможность использования в экономической деятельности, целесообразности осуществления восстановления объектов, улучшения их физического и морального состояния, а также наличие и возможности использования объектов в дополнительных видах деятельности,

способных генерировать доход. Учитывая специфику плоскостных спортивных объектов, их назначение и регламентированный спектр вариантов использования, источниками получения финансовых результатов могут быть:

- организация продажи билетов для зрителей;
- предоставление объектов в платное пользование;
- проведение массовых мероприятий и ярмарок, доход при этом приносит реклама и арендная плата участников, а также продажа билетов посетителям, зрителям;
- рекламная деятельность;
- доход от деятельности, связанной с обслуживанием пользователей спортивного объекта.

Потенциал доходности будет заключаться в определении будущей прибыли по каждому направлению деятельности, а также возможности одновременного осуществления всех или нескольких видов деятельности. Вариант ведения одного или нескольких видов экономической деятельности с использованием объектов общественной спортивной инфраструктуры, генерирующий наибольшую доходность, является наиболее предпочтительным для бизнес-структур, привлечение инвестиционных ресурсов которых является важной задачей в системе муниципального управления общественной спортивной инфраструктурой.

В.М. Крылова в качестве экономического потенциала физкультурно-спортивных сооружений рассматривает:

- возможность более интенсивного использования объектов;
- возможность увеличения доходов в результате обновления и модернизации объектов [5].

Рассмотренные В.М. Крыловой возможности потенциального увеличения доходности спортивных объектов являются важным дополнением существующих методик оценки, но для формирования комплексного показателя, по нашему мнению, необходимо определить потенциал по каждому возможному направлению увеличения экономического результата, а также эффективность интеграции направлений и их сочетания с целью выбора наиболее экономически эффективного варианта использования объектов общественной инфраструктуры. К таким направлениям должны относиться:

- осуществление нового вида деятельности, а также наличие потенциальных возможностей расширения спектра вариантов использования объектов;
- наличие возможности более интенсивного использования объектов;
- возможности увеличения доходов в результате обновления и модернизации объектов.

Каждое из направлений содержит потенциал дополнительной генерации доходов от использования объектов общественной спортивной инфраструктуры. Рекомендуемый алгоритм экономической оценки по рассмотренным направлениям увеличения экономического результата представлен в таблице 1.

Таблица 1 - Рекомендуемый алгоритм экономической оценки инфраструктурного потенциала общественного сектора спортивных услуг

Оценка экономического потенциала отдельных направлений повышения экономической эффективности инфраструктурного потенциала общественного сектора спортивных услуг		Алгоритм определения оптимального варианта использования объекта
Направление	Формула оценки экономической эффективности	
1	2	
1. Осуществление нового вида деятельности, наличие потенциальных возможностей расширения спектра вариантов использования объектов	$\Pi_1 = D_1 - P_1,$ Где Π_1 – прибыль; D_1 – доходы; P_1 - расходы	$(\sum \Pi) \rightarrow \max$ $R = (\sum \Pi) * 100\% / (\sum P) \rightarrow \max$

2. Возможность более интенсивного использования объектов	$П2 = Д2 - Р2,$ Где П2 – прибыль от повышения интенсивности использования объектов; Д2 – увеличение доходов от повышения интенсивности использования объектов; Р2 – увеличение расходов, связанных с повышением интенсивности использования объектов	
3. Возможность увеличения доходов в результате обновления и модернизации объектов	$П3 = Д3 - Р3,$ Где П3 – прибыль от увеличения доходов в результате обновления и модернизации объектов; Д3 – прирост прибыли в результате модернизации и обновления объектов; Р3 – расходы на модернизацию и обновление	

Согласно таблице 1, современный проектный подход к управлению инфраструктурными объектами предполагает формирование проектов, содержащих альтернативные разработки использования спортивных сооружений. С учетом целевых аспектов и характеристик выбор должен осуществляться на основе значения прибыли и рентабельности проектов.

Существующее состояние объектов общественной спортивной инфраструктуры и слабая заинтересованность бизнеса в осуществлении инвестиций в развитие массового спорта определяют потребность в выявлении и использовании потенциала генерации доходов существующих плоскостных объектов, требующих капитальных вложений. Как правило, к ним относятся спортивные площадки с массовым скоплением людей, интенсивное использование которых привело в негодность часть тренажеров и строений, а также площадки, сохранившиеся со времен Советского Союза и требующие серьезной модернизации. По нашему мнению, привлечение бизнеса к таким проектам возможно при условии полной трансформации подхода к управлению спортивными объектами, включающей следующие серьезные преобразования:

- доступ на такие объекты должен оставаться свободным, и любой желающий должен иметь доступ к тренажерам и иным сооружениям и приспособлениям [7];
- объекты должны охраняться, кроме того, должен проводиться контроль над техническим и эстетическим состоянием объектов [8];
- объекты должны генерировать доход, чтобы проекты были интересны частным инвесторам.

Доход может быть получен от проведения массовых мероприятий и ярмарок, от размещения рекламных баннеров на площадках, от организации торговли рядом с объектом спорта. Наиболее оптимальным вариантом обеспечения развития объектов общественной спортивной инфраструктуры в муниципальном образовании является предоставление возможности бизнесу использовать объекты с целью наиболее эффективной реализации экономического потенциала.

Согласно рисунку 2, учитывая стартовые характеристики и социальный функционал спортивных объектов, наиболее подходящими вариантами генерации доходов для бизнес-структур, располагающих инвестиционными ресурсами, являются организация массовых мероприятий, рекламная деятельность и торговля, осуществление которых не воспрепятствует полноценному использованию объектов населением по прямому назначению, то есть будет обеспечен свободный доступ на объекты для всех желающих заниматься физической культурой и спортом.

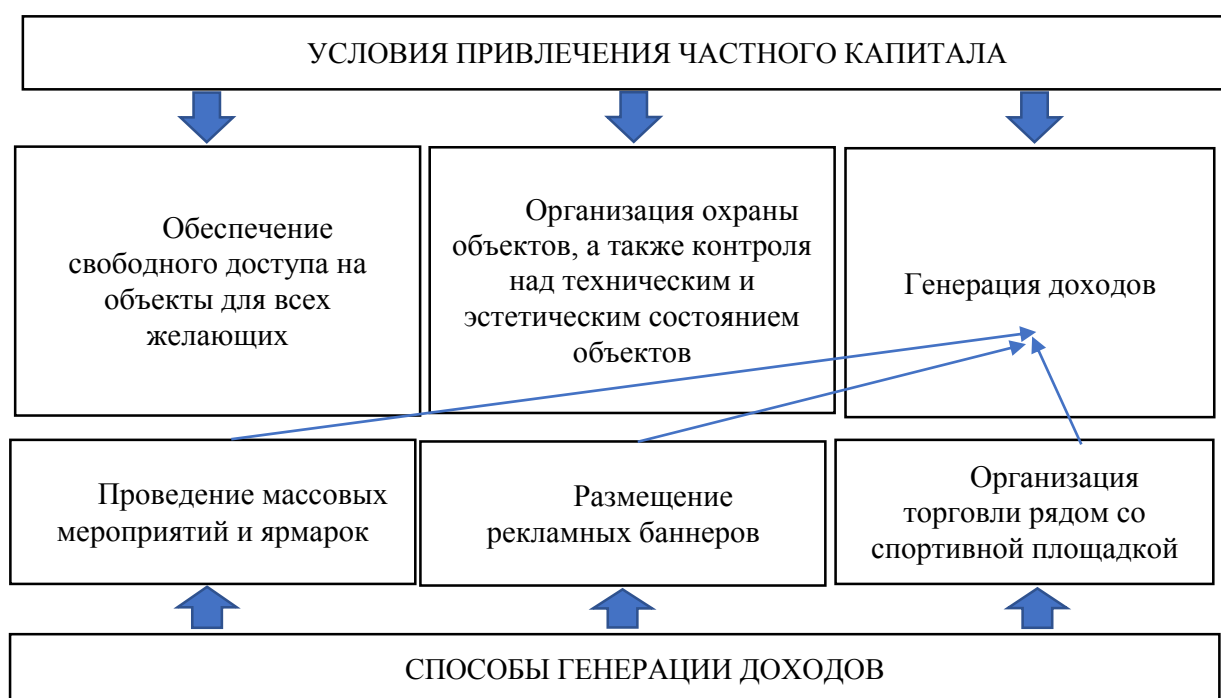


Рисунок 2 – Рекомендуемый механизм привлечения участия бизнес-структур в проекты развития инфраструктурного потенциала общественного сектора спортивных услуг

Наиболее эффективным методом интеграции бизнеса в решение задач инфраструктурного развития территориального образования являются государственно-частное и муниципально-частное партнерство. В отношении развития муниципального образования речь должна идти о взаимодействии бизнеса и органов муниципальной власти. В сфере услуг физической культуры и спорта применение схем государственно-частного партнерства является классическим методом привлечения частного капитала в строительство спортивных объектов за рубежом [4]. Активно развивает данное направление Великобритания, участие бизнеса преимущественно заключается в прямом финансировании строительства объектов [6]. В России также предпринимаются попытки активизировать данную форму участия бизнеса в решении государственных и социальных задач, но стандартный вариант с долевым участием государства или муниципальных органов власти в условиях дефицита бюджета требует корректировок в сторону увеличения доли бизнеса в части инвестиционных решений по совместным проектам [11].

Таким образом, экономический потенциал общественной спортивной инфраструктуры муниципального образования включает возможности расширения спектра вариантов использования объектов посредством организации дополнительных видов деятельности, повышения интенсивности использования объектов, увеличения доходов в результате обновления и модернизации объектов.

Наличие экономического потенциала спортивных объектов является привлекательным для частных инвесторов, при этом для активизации их участия требуется поддержка и содействие со стороны муниципальных органов власти, которые способствуют решению организационных и нормативно-правовых вопросов, находящихся в их компетенции. Наиболее эффективным вариантом взаимодействия является развитие форм муниципально-частного партнерства, это позволит активизировать участие бизнеса в построении и управлении общественной спортивной инфраструктурой, что, в свою очередь, подтверждает обоснование выдвинутой гипотезы.

В рамках проведенного исследования также достигнута поставленная цель, а именно: разработан метод оценки экономического потенциала, основанный на определении вариантов использования объектов в контексте существующих и перспективных форм, с

помощью которого можно провести экономическую оценку разных проектов по использованию плоскостных спортивных объектов; основными критериями выбора для потенциального инвестора являются прибыль и рентабельность.

Библиографический список:

1. Федеральный закон «О физической культуре и спорте в Российской Федерации» от 04.12.2007 N 329-ФЗ (ред. от 28.12.2022). Консультант Плюс. [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_73038/ (дата обращения: 15.01.2023).
2. Методика выявления доли населения, занимающегося физической культурой и спортом, включая использование самостоятельных форм занятий и платных спортивно-оздоровительных услуг (утв. Минспортом России) [Электронный ресурс] URL: <http://www.consultant.ru/> (Дата обращения 30.07.2022).
3. Березина, К. Ю. Инвестиции в строительство спортивных сооружений: экономический и социальный аспект / К. Ю. Березина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. 2018. № 45 (231). С. 62-64.
4. Государственное регулирование массового спорта в Финляндии // Евразийский Союз Ученых — публикация научных статей в ежемесячном научном журнале. Экономические науки [Электронный ресурс]. Режим доступа: (дата обращения: 20.12.2022).
5. Крылова В. М. Методы определения и повышения социально-экономической эффективности существующих физкультурно-спортивных сооружений // Вестник спортивной науки. 2004. № 1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/metody-opredeleniya-i-povysheniya-sotsialno-ekonomicheskoy-effektivnosti-suschestvuyuschih-fizkulturno-sportivnyh-sooruzheniy> (дата обращения: 15.12.2022).
6. Кузнецов И.В. Зарубежный опыт государственно-частного партнерства (США, Европа, Канада) // Экономические науки. 2012. № 8. С. 196-204.
7. Лавриненко А.Р. Анализ эффективности эксплуатации физкультурно-спортивных сооружений // Бухгалтерский учет и анализ. 2012. № 6. С. 23-34. URL: http://elib.psu.by:8080/bitstream/123456789/1661/1/Лавриненко_S-2012BSEU_p.23.pdf (дата обращения: 05.12.2022).
8. Лавриненко А.Р. Экономический анализ физкультурно-спортивных сооружений: проблемы и направления развития // Вестник Полоцкого государственного университета. Серия D. Экономические и юридические науки. 2012. № 6. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekonomicheskij-analiz-fizkulturno-sportivnyh-sooruzheniy-problemy-i-napravleniya-razvitiya> (дата обращения: 05.12.2022).
9. Лапуста М.Г. Предпринимательство: учебник. – М.: ИНФРА-М, 2008. 608 с.
10. Маткаримова Н.Т. Управление экономическим потенциалом предпринимательски-ориентированной спортивной организации // Базовый докторант Узбекский Государственный университет физической культуры и спорта. 2021. [Электронный ресурс]. URL: https://iqtisodiyot.tsue.uz/sites/default/files/maqolalar/17_Matkarimova.pdf (дата обращения: 15.01.2023).
11. Чипов А.Х. Физическая культура и массовый спорт как фактор устойчивого развития муниципальных образований / А.Х. Чипов, А.А. Татарканов, А.Б. Сохов // Вестник Академии знаний. 2020. № 4 (39). С. 380-383.

К ВОПРОСУ О КОЛИЧЕСТВЕННОЙ ОЦЕНКЕ «ТУРИСТСКОЙ РЕНТЫ» И ЕЕ ДИНАМИКЕ В РОССИЙСКИХ ГОРОДАХ-КУОРТОХ ЧЕРНОМОРСКОГО ПОБЕРЕЖЬЯ КАВКАЗА

Латков Андрей Владимирович

ФГБОУ ВО «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации», Поволжский институт управления имени П.А. Столыпина – филиал, г. Саратов, Россия
доктор экон. наук, профессор кафедры корпоративной экономики
410017, г. Саратов, ул. Шелковичная, зд. 25А, к. 116
Тел.: 8 (8452) 65-36-23
E-mail: latcov-av@yandex.ru

Abstract. The article compares different interpretations of the "tourist rent" concept. A method for calculating the value of the corresponding rental income is proposed. The volumes of "tourist rent" in the field of food trade in the resort cities of Sochi, Anapa, Gelendzhik are calculated and their dynamics is reflected in the period 2010-2019.

Ключевые слова: «туристская рента», город-курорт, динамика рентных доходов

Keywords: "touristic rent", resort city, dynamics of rental income

В современной отечественной экономической литературе уделяется большое внимание проблемам формирования, распределения и использования природно-ресурсной ренты. Это вызвано тем, что Россия располагает целым рядом абсолютных и относительных преимуществ в области добычи и транспортировки полезных ископаемых и продуктов их переработки. В то же время в условиях обострения геополитических противоречий российским экономическим субъектам следует уделять большее внимание и другим источникам рентных доходов, объективно существующим в отечественном социально-экономическом пространстве. Складывающиеся в последние несколько лет новые условия внешнеэкономической деятельности объективно обусловили повышение внимания развитию в России самых различных видов экономической деятельности с целью достижения экономического суверенитета страны. В этом плане не является исключением и туристско-рекреационная сфера.

Большое количество территорий страны в силу своего географического положения и природно-климатических условий могут послужить локациями процессов формирования специфического вида рентных доходов – «туристской (рекреационной) ренты». В отечественной экономической литературе получили распространение различные трактовки данного вида рентных доходов (таблица 1):

Таблица 1. Трактовки сущности туристской (рекреационной) ренты

Авторы	Трактовки понятия туристской (рекреационной) ренты
Козырев В.М.	«туристская рента представляет собой факторный доход с туристских ресурсов, который получает собственник этих ресурсов, в отличие от дохода, который получает всякий хозяйствующий субъект ..., используя туристские ресурсы как объект хозяйства» [5]
Демьянова И.В.	«туристская рента является разновидностью природно-ресурсной ренты с особенностями, обусловленными характером туристского бизнеса, где наряду с природными ресурсами используются исторические, социальные и культурные ценности, уникальные явления природы и общества. Туристская рента как экономическая категория выражает отношения производства, распределения и использования особого вида дохода, связанного с туристским бизнесом» [3]
Ковалев Д.А.	«Туристическая» рента сводится к платежам собственнику ресурсов, т.е. государству [4]
Гаврильчак Н.И.	Рекреационная рента связана с туристско-рекреационной деятельностью, представляя собой избыток прибыли над ее среднеотраслевым уровнем [2]

Обратим внимание на последнюю из приведенных в таблице трактовок. Поскольку в общем виде прибыль представляет собой разность между доходом (выручкой) и издержками, к оценке объема туристско-рекреационной ренты представляется возможным приблизиться через определение избытка дохода над среднеотраслевым уровнем. В рамках других приведенных подходов понятие «туристской ренты» связывается со сферой туристского бизнеса, а это, в свою очередь, позволяет принять расширенную трактовку данного вида ренты как избыточного дохода за счет туристического потока.

По мнению автора, потенциальными субъектами присвоения туристской ренты являются такие хозяйственные единицы, которые в силу своего местоположения

относительно объектов туризма («туристских ресурсов») полностью или частично ориентированы в своей деятельности на удовлетворение потребностей туристов. К этим хозяйствующим субъектам логично относить предприятия розничной торговли, общественного питания, гостиничного бизнеса, общественного транспорта и т.д.

Количественная оценка «туристской ренты» проведена только для сферы торговли продовольственными товарами в границах городских округов городов-курортов Сочи, Анапа, Геленджик в период 2010–2019 гг. Опираясь на официальные данные Росстата, а именно на показатели «Общий объем всех продовольственных товаров, реализованных в границах городского округа, в денежном выражении за финансовый год», «Оценка численности населения на 1 января» (база данных «Показатели муниципальной статистики», источник [1]), а также показатели «Оборот розничной торговли» «Структура оборота розничной торговли» для Южного федерального округа в целом (источник [6]), производим расчет промежуточных показателей (таблица 2):

Таблица 2. Объем реализации продовольственных товаров на душу населения в розничной торговле, тыс. руб.

	2010	2011	2012	2013	2014
Южный федеральный округ	49,7	56,7	61,5	68,6	76,7
город-курорт Сочи	84,2	89,5	95,5	121,6	132,5
город-курорт Анапа	73,8	80,8	83,4	88,3	98,6
город-курорт Геленджик	96,5	111,3	115,9	122,3	137,3
	2015	2016	2017	2018	2019
Южный федеральный округ	86,3	84,4	87,1	90,8	97,5
город-курорт Сочи	153,6	158,8	182,6	187,5	196,4
город-курорт Анапа	113,8	113,3	127,0	137,4	146,6
город-курорт Геленджик	144,3	139,4	138,5	143,7	154,6

В связи с тем, что существенного разброса цен на продовольственные товары в пределах Южного федерального округа нет, целесообразно использовать его среднедушевые показатели в качестве базы для сравнения с аналогичными показателями городов-курортов. Разность данных показателей с базовыми значениями, умноженная на численность населения курортных городов, позволяет определить избыточный доход в сфере реализации продовольственных товаров, который можно рассматривать как составную часть «туристской ренты», возникающей в соответствующих локациях. Полученные результаты в динамике представлены на рисунках 1, 2 и 3.

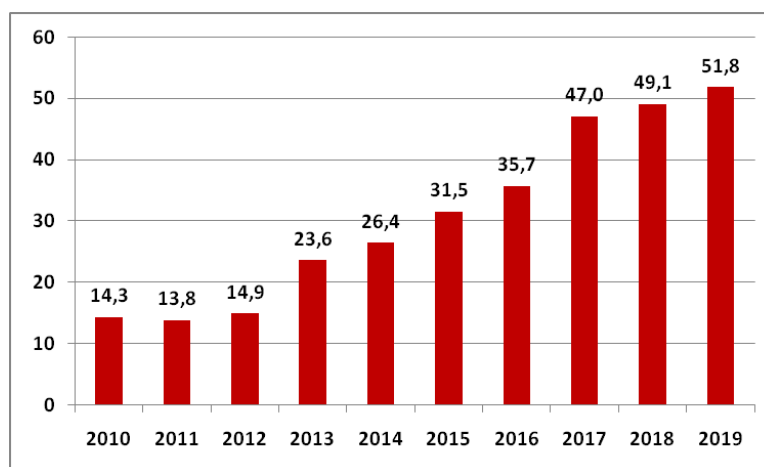


Рисунок 1. Динамика «туристской ренты» в сфере розничной торговли продовольственными товарами в городе-курорте Сочи в 2010–2019 гг., млрд. руб.

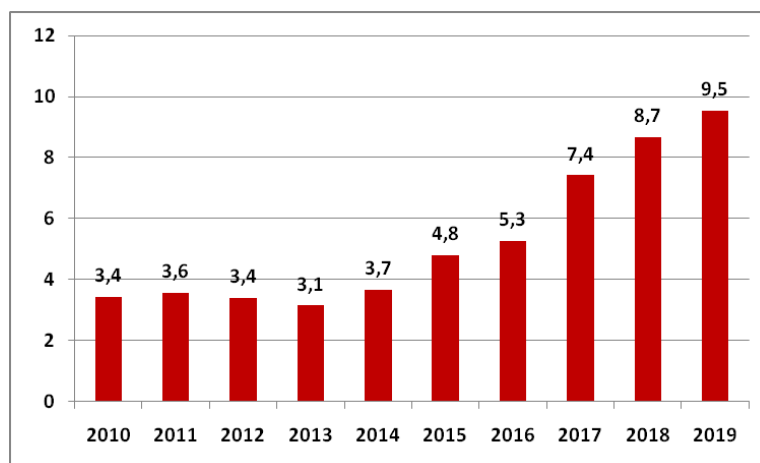


Рисунок 2. Динамика «туристской ренты» в сфере розничной торговли продовольственными товарами в городе-курорте Анапа в 2010–2019 гг., млрд. руб.

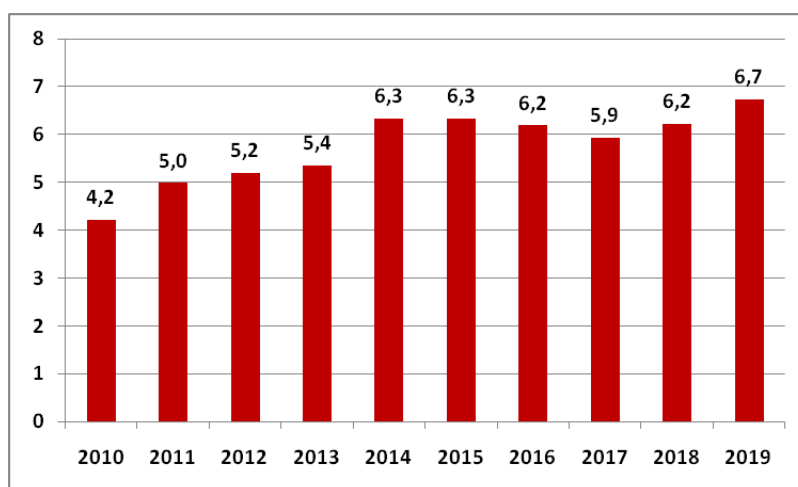


Рисунок 3. Динамика «туристской ренты» в сфере розничной торговли продовольственными товарами в городе-курорте Геленджик в 2010–2019 гг., млрд. руб.

Следует принять во внимание, что рассчитанные значения дают представление о масштабах не избыточной прибыли, а избыточного дохода хозяйствующих субъектов, занимающихся реализацией продуктов питания в городах-курортах. Для более корректной оценки величины рентных доходов следует учитывать издержки, понесенные субъектами хозяйствования, вычитая их из суммы выручки, а это приведет к снижению данных значений. С другой стороны, эмпирические данные позволяют судить о том, что официальная статистика не полностью учитывает реальные объемы реализации продовольственных товаров в городах-курортах.

В целом, можно сделать вывод о том, что значительные объемы «туристской ренты» являются значительным внебюджетным источником социально-экономического развития городов-курортов и сопряженных с ними территорий.

Библиографический список:

1. База данных «Показатели муниципальной статистики» / Росстат. [Электронный ресурс] - URL: http://www.gks.ru/scripts/db_inet2/passport/munr.aspx?base=munst03
2. Гаврильчак Н.И. Экономические формы и основы платности рекреационной ренты туристского комплекса региона // Проблемы современной экономики. 2009. № 3(31).
3. Демьянова И.В. Туристская рента в системе экономических отношений региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.00.01. – Чебоксары, 2009. – 24 с.

4. Ковалев Д.А. К развитию индустрии туризма в России: механизм образования и распределения туристической ренты // Проблемы современной экономики. 2004. № 4(12).

5. Козырев В.М. Туристская рента: Методические рекомендации. – М.: Финансы и статистика, 1998. – 80 с.

6. Социально-экономические показатели по субъектам Российской Федерации. Приложение к сборнику «Регионы России. Социально-экономические показатели». [Электронный ресурс]: - URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/210/document/47652>

ЦИФРОВИЗАЦИЯ И РОБОТИЗАЦИЯ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

¹Мальцева Мария Валерьевна

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия

канд. экон. наук, доцент кафедры управления международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Москва, Рязанский проспект, 99

Тел.: 8 (495) 377-77-88

E-mail: mv_maltseva@guu.ru

Abstract: The use of digital technologies affects the market attractiveness of hotels, provides high-quality service and simplifies part of routine work. One of the progressive technologies that is slowly but surely being introduced into various fields of activity is robotics. This technology has not bypassed the hotel business. The article discusses the advantages and disadvantages of digital technologies, as well as the scope of robots in hotels.

Ключевые слова: гостиничный бизнес, современные технологии, цифровизация, роботизация, конкурентоспособность отеля.

Keywords: hotel business, modern technologies, digitalization, robotization, competitiveness of the hotel.

Достоинством цифровизации является удобство в выполнении рутинных задач, а также способность к работе без активного участия человека. Современные технологии также коснулись и отельной индустрии в таких аспектах, как бронирование номеров, количество и качество предоставляемых услуг, взаимодействие гостя с отелем. Цифровые технологии стремительно развиваются и опережают многие другие сферы. Процесс цифровизации способствует оптимизации производственных и логистических операций, повышению эффективности трудоустройства, производительности оборудования, снижению расходов ресурсов и производственных потерь. Кроме того, цифровизация является важным фактором в вопросе конкурентоспособности в гостиничном бизнесе, способствуют продвижению бизнеса [3].

Использование цифровизации влияет на рыночную привлекательность предприятий. Туризм и гостиничный бизнес наглядно показывает нам, как цифровые технологии способны изменять облик целых отраслей. Активное внедрение отелями современных технологий обусловлено улучшением качества оказания услуг. Удобство данных технологий состоит не только в сфере оказания услуг, но и автоматизации здания: отопительные и вентиляционные системы, системы кондиционирования отеля, пожарной безопасности и другие.

К основным достоинствам цифровизации стоит отнести:

- появление новых профессий (например, появление SMM-менеджеров, которые занимаются продвижением компании в соцсетях);
- значительное повышение производительности труда и ускорение процессов обслуживания в отелях (дает возможность повысить конкурентоспособность и сформировать положительное впечатление об отеле у гостей);
- повышение качества проживания гостей в отеле;
- значительное сокращение бумажной документации и экономия времени (процесс заполнения, составления, хранения различной бумажной документации становится прост и

осуществляется на компьютере, свободное же время можно уделить другим вопросам, направленным на развитие отеля).

Наличие стольких положительных моментов говорит нам об удобстве цифровизации. Но также не стоит забывать и про недостатки:

- происходит сокращение рабочих мест, в процессе цифровизации многие из известных нам профессий становятся «лишними», им на замену приходят современные техника и технологии;

- рост киберпреступности и риск утери информации вследствие взлома;
- высокие затраты на внедрение цифровых технологий;
- проблема цифровой неграмотности сотрудников, отсутствие специальных знаний и умений для плодотворного использования современных технологий;
- угроза потери данных ввиду технических сбоев или неполадок с оборудованием.

Внедрения цифровых технологий в отельную индустрию требует тщательного изучения всевозможных процессов, в том числе процесса внедрения. Успешное внедрение цифровых технологий обеспечит отелю качественное обслуживание и упростит большую часть работы, а улучшенное за счет цифровых технологий обслуживание будет способно обеспечить повышение конкурентоспособности отеля на рынке [4].

При создании чего-то нового, всегда возникают определённые проблемы. Во-первых, отсутствие правильной стратегии. Правильно построенная стратегия обезопасит от некоторых непредвиденных ситуаций, которые могут нанести значительный ущерб по общему развитию и имиджу отеля.

Во-вторых, проблема обеспечения безопасности от кражи конфиденциальной информации. Также актуален вопрос об устранении или предотвращении неполадок с оборудованием, которые могут привести к потере информации. Все используемые приложения должны быть оснащены определенной системой безопасности.

В-третьих, неготовность компаний и их сотрудников к большим переменам. Данный вопрос включен в список в виду своей актуальности, так как большинство компаний действительно не готовы к трансформации.

Можно перечислить некоторые причины данной неготовности:

- как правило, большинство сотрудников компаний не приемлют столь резкие и кардинальные изменения, особенно люди зрелого возраста, которым трудно перейти на новый формат работы с использованием информационных технологий;
- проблема бюджета, особенно у малого и среднего бизнеса, для внедрения в свои компании инновационных технологий и обучения кадров;
- изменение культуры обслуживания, снижение личных контактов и смена способа общения со своим клиентом.

Качественная реализация информационных технологий способна привести к активному росту компании, а также способствовать усилению бизнеса, преобразованию экосистемы. Достигнуть данного результата вполне возможно, если проявить внимательность к проблемам, которые возникают на начальном этапе и в последующем процессе внедрения технологий.

Однако, невзирая на различные трудности, ряду компаний удастся эффективно внедрять новейшие технологии, что упрощает взаимодействие и работу внутри отеля. Рассмотрим ряд известных цифровых технологий, которые уже сейчас активно используются в гостиничной индустрии [5].

Смартфон как ключ от номера. Впервые такой метод обслуживания своим гостям предоставила сеть отелей под названием Starwood и сейчас эта тенденция набирает обороты по всему миру. Система предусматривает открытие номера при помощи собственного телефона.

К достоинствам технологии можно отнести:

- экономию времени (как гостей, так и персонала);
- безопасность;
- практичность.

Но также можно привести и ряд недостатков:

- оторвать номер можно только одним телефоном, который «привязан» к номеру;
- не исключается потерю телефона и проблемы с открытием номера;
- время и затраты на перестройку системы управления доступом.

Цифровые киоски уже не являются «открытием» и активно используются во многих странах мира. Наиболее распространены в отелях Франции и Швейцарии. Данная система очень удобна при регистрации: посетитель может самостоятельно зарегистрировать себя, не тратя время в очереди у стойки регистрации. Положительные стороны цифровых киосков:

- система работает она круглосуточно;
- предлагает на выбор различные языки, что упрощает процесс регистрации;
- обеспечивает автоматизацию регистрационных процессов;
- экономия времени клиентов.
- наличие информации об отеле в киоске;
- наличие информации о бронировании, возможность включить, исключить или оплатить какую-либо услугу.

Недостатки системы:

- не удобна для гостей, которые не владеют компьютерных технологиях, которым приходится прибегать к помощи третьих лиц;
- не исключен технический бой в системе.

Еще одной технологией, которая медленно, но верно внедряется в различные сферы деятельности, является роботизация. Данная технология не обошла стороной и сферу гостиничной индустрии. Разногласия по этому поводу до сих пор не утихают [6].

Сейчас роботы появляются за стойкой регистрации, в качестве сопровождающего в номер, на кухне. Является ли использование роботов в качестве обслуживающего персонала удобным и практичным, или, все же, ни что не может заменить обслуживание в привычной нам форме? Безусловно, использование роботов во многом облегчает рабочий процесс для администрации отеля по следующим параметрам: стабильность работы, отсутствие текучести кадров, сокращение расходов.

Однако, где для руководства роботы приносят пользу, там для человека возникают проблемы. И основной из таких проблем является нехватка рабочих мест: места, которые до сегодняшнего дня занимал человек, могут занять роботы.

Роботизация – это удобно, но еще не скоро гостиничный бизнес массово перейдет на роботизацию в отелях. Среди основных можно выделить этого можно выделить:

- дороговизна технологии;
- узкая направленность большинства роботов;
- вероятность поломки;
- персональные предпочтения клиентов, не всем из которых понравится получать услуги от робота.

Внедрение роботизированной техники в отельную индустрию - очень длительный, затратный и разносторонний процесс. Полностью заменять людей роботами в отелях на данном этапе не видится возможным, поэтому рациональным выходом станет замена людей роботами лишь в отдельных направлениях работы персонала отеля.

Роботами можно заменить, например, тот персонал, который очень редко контактирует с посетителями, либо вообще с ними не контактирует. Роботами можно заменить часть персонала прачечных в отелях, так как роботы могут выполнять работы по стирке или глажке белья. Также есть несколько примеров использования роботов на стойке регистрации. Ярким примером служит отель в Японии Henn-na. Роботизация процесса регистрации позволила ускорить этот процесс в несколько раз, а также улучшить качество самой регистрации посетителей. Многие посетители остаются довольны качеством работы роботов, однако и здесь возникают некоторые неполадки в работе роботизированной техники, что требует вмешательства со стороны обслуживающего персонала.

Этот отель служит неким примером, ориентиром для внедрения роботизированных технологий в отельную индустрию. Но никакой робот не может выслушать проблемы человека, морально поддержать.

Отельеры отлично понимают, что впечатление об отеле формируется, прежде всего, на основе взаимодействия человека с человеком, то есть посетителя и персонала отеля, а затем уже на основе услуг и удобств, предоставляемых этим отелем.

Гостиничная индустрия и общество в целом еще не готово отойти от привычных моделей взаимодействия, для многих важно живого общения с персоналом. Несомненно, каждый отель должен начинать использовать роботизацию, так как она качественно улучшит обслуживание гостей. Кроме того, роботы положительно скажутся на скорости работы отеля [2].

Также можно использовать робота, как голосового помощника, который будет оповещать о погоде, развлекать клиента. Вариантов использования роботов много, и гармоничное сочетание людей и роботов может улучшить общее впечатление об отеле.

Большинство людей до сих пор слабо осведомлены о внедрении роботизированных технологий в различные сферы. У многих подобные технологии вызывают удивление и желание поговорить с роботами или последить за их работой.

Рассмотрим роботов, которых целесообразно использовать в отеле.

Робот-повар. FUA-MEN – разработка компании Aisei. Диапазон умений и навыков FUA-MEN довольно широк: он может нарезать и шинковать продукты, готовить разнообразные блюда и напитки, мыть посуду. Скорость работы - до 80 комплексных обедов в сутки. Сейчас посетителям ресторана FUA-MEN робота показывают больше в качестве развлечения, однако тем же, кто решится отведать робо-лапши или робо-суши, владельцы заведения обещают не отказывать. Президент компании Кенжи Нагайя утверждает, что главные преимущества робота – скорость приготовления стандартизированных блюд, точное соблюдение рецептуры, четкие движения при нарезке продуктов и их обжарке. Роботу недоступен лишь творческий подход к кулинарному искусству.

Робот-швейцар. Компания Pal Robotics представила робота-швейцара REEM-H2. По словам разработчиков, этот робот станет отличным помощником в отелях, музеях и офисных комплексах. Он движется на вполне себе устойчивом колесном шасси. Как всегда в подобных случаях, робота сделали антропоморфным, то есть похожим на человека. У него есть «лицо», есть руки, есть и шея. Функцию глаз на «лице» исполняют две камеры со стереоскопическим эффектом. Благодаря своим «глазам» робот может распознавать лица. Кроме того, REEM-H2 владеет функцией распознавания речи, причем разработчики постарались внести сразу несколько языков. В шасси робота также встроено багажное отделение, в которое можно складывать довольно объемные вещи весом до 30 кг.

Робот-администратор. Интересна модель робота Wakamaru, которого позиционируют также как робота-сиделку. Он напомнит о приеме таблеток в нужное время, а в случае необходимости свяжется со службой спасения. Wakamaru подключен к Интернету, поэтому можете задать ему вопрос и он постарается найти на него ответ в сети. Робот может запомнить полученную информацию и будет постоянно следить за безопасностью помещения при помощи встроенных камер.

Роботы уже давно перестали быть просто бездушной «железякой», их разработчики вкладывают массу сил, чтобы они были максимально «живыми». Wakamaru может распознать лица и поддержать с диалог, поскольку понимает шаблонные фразы, а его словарный запас достигает 10 тыс. слов. В качестве приветствия робот использует рукопожатие. Также робот поддерживает зрительный контакт, что делает общение с ним еще более приятным, а при помощи жестов Wakamaru может передать эмоции. Его актерские способности можно оценивать наравне с людьми.

В отеле он способен выполнять множество функций администратора:

- обеспечивает работу по эффективному и культурному обслуживанию клиентов, созданию для них комфортных условий;

- информирует проживающих в гостинице о предоставляемых дополнительных платных услугах, принимает заказы на их выполнение и контролирует их исполнение;
- дает устные справки, касающиеся гостиницы, расположения городских достопримечательностей, зрелищных, спортивных сооружений и т.д.;
- контролирует соблюдение сотрудниками трудовой и производственной дисциплины, правил и норм охраны труда, техники безопасности, требований производственной санитарии и гигиены;
- информирует руководство организации об имеющихся недостатках в обслуживании клиентов.

Робот-официант. Устройства уникальные, поэтому и дорогие. Главным преимуществом роботизированных официантов является скорость обслуживания клиентов и производительность. К примеру, в ресторане Dalu Rebot Restaurant шесть роботов-официантов Yumbo способны обслужить в краткие сроки до ста человек. Ресторан пользуется невероятным успехом среди посетителей. С технической стороны эти роботы оснащены сенсорными экранами, с помощью которых клиенты делают заказ. Их микросхемы способны запоминать и обрабатывать информацию очень быстро [1].

В последней версии Yumbo робот перемещается по залу на специальных колесах со встроенным подносом, использует датчики ультразвукового обнаружения для обхождения препятствий и профилактики столкновений. Другие преимущества роботов-официантов очевидны: они никогда не опаздывают на работу, не делают ошибок, не обманывают хозяина, не хамят клиентам, не обсчитывают посетителей ресторана. К тому же их дизайн и способности приносят посетителям массу удовольствия. Роботы-официанты в ресторане – без сомнения выигрышный вариант.

Роботы позволяют разгрузить людей различных профессий и сосредоточиться на выполнении более важных задач, что положительно скажется на работе отеля в целом. Кроме того, роботы уже сейчас способны выполнять ряд задач более качественно, чем обычный персонал. Роботы не подвержены болезням, не опаздывают на работу, и все это не пик совершенства роботов. Они будут с каждым годом становиться умнее и больше походить по манерам на человека. Возможно, лишь в будущем мы увидим роботов, которые смогут выполнять любые задачи, как и человек, но сейчас спектр профессий в отеле, где роботы могут составить конкуренцию людям довольно невелик.

Библиографический список:

1. Автоматизированный отдых. Остановка в роботизированном отеле. [Электронный ресурс] – URL: <https://robotics.ua/ru/avtomatyzyrovannyi-otdykh.-ostanovka-v-robotyzyrovannom-otele/> (дата обращения 1.04.2023).
2. Войт М.Н. Роботизация туристского и гостиничного бизнеса / М.Н. Войт, И.Е. Киселев // В сборнике: Актуальные аспекты теории и практики развития индустрии туризма и гостеприимства. Материалы I Международной научно-практической конференции. – г. Владимир.: Атлас. - 2021. - С. 13-18.
3. Михайлик Л. Автоматизация и роботизация отельной индустрии: текущее состояние // Технологии, 2019. - № 5 [Электронный ресурс] – URL: <https://hotel.report/technology/avtomatizaciya-i-robotizaciya-otelnoj-industrii-tekushhee-sostoyanie> (дата обращения 16.04.2023).
4. Трансформация туристской деятельности в условиях развития цифровой экономики: коллективная монография под ред. А.Д. Чудновского - М.: РУСАЙНС, 2021. – 188 с.
5. Мальцева М.В. Цифровизация услуг в гостиничной индустрии / М.В. Мальцева., Ю.О. Цунаева // В сборнике: Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика. Технологическое лидерство: взгляд за горизонт. Материалы IV Международного научного форума. – М.: ГУУ. - 2021. - С. 189-196.
6. Чудновский А.Д. Управление знаниями в гостиничном бизнесе в эпоху цифровой экономики / А.Д. Чудновский., М.А. Жукова., В.А. Жуков. // Материалы 3-его Международного научно-практического форума «Шаг в будущее: искусственный интеллект и цифровая экономика». Государственный университет управления. – М.: Издательский дом ГУУ, 2019. – С. 238-244.

ТЕХНОЛОГИИ ОБРАБОТКИ БОЛЬШИХ ДАННЫХ В ТУРИЗМЕ

Тихомирова Анастасия Сергеевна

ФГБОУ ВО «Орловский государственный университет имени
И.С. Тургенева», г. Орёл, Россия
302028, Россия, г. Орёл, ул. Ленина, 6А
Тел.: 8 (996) 161-02-54
E-mail: tihomirova.anastassia@yandex.ru

Abstract. Bigdata technologies helps tourists to find out the problems of the development of the tourism industry, and can also help solve them. These technologies play an important role in making management decisions by tourism enterprises and the state for the development of the industry as a whole.

Ключевые слова: туризм, большие данные, туристский продукт, потребитель, обработка данных.

Keywords: tourism, big data, tourism product, consumer, data processing.

Технологии Big Data играют большую роль в развитии цифровизации экономики и искусственного интеллекта [7]. Технологии обработки и анализа больших данных способствуют получению новыми знаниями, которые открывают широкий спектр возможностей для роста бизнеса различных отраслей и получения большей выгоды предприятиями [11]. Обработка информации средствами Big data способствует получению знаний о потенциальных туристах (о их поведении, о приоритетных направлениях развития туризма, о средствах размещения и т.п.) [2].

Внедрение технологий обработки больших объемов данных происходит для решения задач предприятий любых отраслей, неважно гостиницы, предприятия общественного питания, авиакомпании, медиа-компании и другие, технологии во всех сферах схожи и автоматизируют деятельность предприятий [1].

Само появление Big Data технологий связано с актуальностью интернет-технологий в жизнедеятельности людей – электронные ящики, переходы по сайтам Интернета, транзакции по банковским картам и т.д. Технологии обработки больших объемов данных, а также их анализ позволяют получить возможность эффективной разработки турпродуктов и различных туристских предложений, что помогает организовать работу туристских предприятий, а также спрогнозировать дальнейшее развитие туристской индустрии [6].

В данной работе исследуются вопросы внедрения технологий Big Data в деятельность предприятий индустрии туризма в Российской Федерации, поскольку более интенсивное развитие индустрии требует системных подходов к планированию и организации туризма.

Туристская деятельность активно развивается в РФ [8]. Государство поддерживает туристскую отрасль. В частности, Правительство РФ приняло комплексный пакет мер государственной поддержки туризма в 2021 г., что дало отечественному туррынку возможность занять лидирующие позиции по темпам восстановления в период после пандемии. В РФ происходит стремительное развитие цифровых технологий, что декларировано как одна из национальных целей развития страны.

Прогресс современных цифровых и информационных технологий [15], влечет за собой постоянный рост объема цифровых данных: фотографий, видео и т.д. – большой объем которых оставляет цифровой след. Именно Big Data решает задачи хранения, обработки, анализа и распределения больших массивов данных. Таким образом, с помощью применения технологий Big Data можно получить новые знания, открыть новые возможности и для туристского бизнеса. Организации применяют данные технологии для обеспечения операционной эффективности управления рисками и клиентского сервиса.

Туристская информация характеризуется скоплением больших объемов данных, благодаря которым, возможно создание персонализированного турпродукта, а также

реализуются стратегии продвижения массового продукта на туристском рынке. Проанализировав большие объемы данных о поведении туристов, разрабатывается обобщенный портрет потребителя турпродукта, учитывающий их предпочтения [7].

Технологии Big Data широко применяются в туризме. Примером могут служить проекты Profi.Travel и Amadeus. Компании заключили соглашение о сотрудничестве и представили новые технологии для продвижения туруслуг – Profi.Travel Programmatic, которые предоставляют возможность автоматизации процесса закупки рекламы с генерацией рекламного объявления, ориентированного на конкретного потребителя, на основе тревел-данных о пользователях.

Компания Amadeus имеет собственную систему сбора и анализа данных об активности путешественников по всему миру, которая создает рекламные объявления, наиболее соответствующие моделям поведения потребителей, их предпочтениям и интересам при планировании поездки. В итоге продвижение турпродукта среди определенной целевой аудитории происходит в максимально эффективной форме и соответствует целям бизнеса.

С туристской индустрией тесно связана индустрия перевозок, где также применяются технологии Big Data. Например, британская авиакомпания British Airways разработала приложения и технологии, которые обеспечивают индивидуальный подход к каждому путешественнику. British Airways использует результаты анализа накопленных данных о пассажирах-участниках программы лояльности авиакомпании в программе мониторинга потребительского спроса Know Me. Также, используя Big Data, British Airways в режиме реального времени получает и анализирует данные для поиска потерянного багажа, который отправляется в пункт назначения следующим рейсом, и не требует от пассажиров дополнительных действий для его поиска.

Технологии Big Data расширяют возможности прямого контакта с клиентом и помогают достичь максимальной персонализации сервиса в различных условиях взаимодействия с ними. Внедрение технологий положительно влияет на туристскую индустрию, но существуют сложности в ее внедрении. Необходимо привлечение подготовленных специалистов, обладающих высоким уровнем знаний и квалификации. Нехватка квалифицированных кадров является барьером при внедрении Big Data в России. Второй барьер внедрения - небольшой опыт внедрения технологий Big Data в РФ и необходимость инвестиций.

Отечественные предприятия туристской отрасли преодолевают барьеры на пути внедрения технологий Big Data благодаря кооперации с организациями, обладающими достаточными ресурсами и опытом для реализации подобных проектов. Именно поэтому компании Profi.Travel и Amadeus запустили совместный проект Profi.Travel Programmatic, так как Profi.Travel – крупнейший туристский медиахолдинг на русскоязычном рынке, а Amadeus – одна из самых крупных в мире глобальных дистрибьютерских систем, обладающая с одной стороны большим массивом туристских данных, с другой – высококвалифицированными кадрами, опытом и техническими средствами для обработки и анализа данных.

Внедрение цифровых преобразований в туристскую индустрию часто определяют, как «умный туризм» и «туризм 4.0» - совершенствование «умных» туристских направлений, экосистем и др.

Сокращение поездок из-за пандемии внесло изменения в модели поведения туристов и локации максимального сосредоточения, однако именно эти данные могут быть применены с пользой в развитии.

Поэтому необходимо создать усиленную защиту хранилищ данных. На протяжении периода пандемии наблюдалась тенденция усиления роли цифровых технологий в путешествиях, и возможно в будущем, данная тенденция будет ведущей в подборе туристских продуктов. Проблемы повсеместного внедрения технологий Big Data постепенно решаются благодаря усилиям бизнес-сообществ и других структур.

Технологии «туризма 4.0» призваны улучшить качество жизни и социальных ценностей туристов и местных жителей.

Таким образом, постоянно накапливающиеся большие объемы данных несут в себе потенциальные выгоды, которые можно извлечь с помощью технологий Big Data. Их применение помогает организовать хранение, передачу и обработку больших объемов данных, а также предоставляет возможность анализа и извлечения новых знаний, которые в дальнейшем могут быть использованы для получения значимых результатов, выраженных, применительно к индустрии туризма, в росте туристских прибытий, для улучшения качества обслуживания, увеличения объемов продаж.

Библиографический список:

1. Ермаков Б.А. Информационные технологические платформы на основе big data и геоданных как основной инструмент цифровой трансформации современного туристского пространства / Б.А. Ермаков, А.С. Арефьев, А.В. Леонова // Вестник Национальной академии туризма. 2021. № 1(57). С. 27-30.
2. Имамединова М.Р. Ретроспективный анализ развития электронного бизнеса в сфере туризма // Вестник РМАТ. 2020. № 1. С. 47-54.
3. Распоряжение Правительства РФ от 01.11.2013 N 2036-р (ред. От 18.10.2018) «Об утверждении Стратегии развития отрасли информационных технологий в Российской Федерации на 2014 – 2020 годы и на перспективу до 2025 года» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_154161/ (дата обращения: 10.04.2023).
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. – URL: https://tourism.gov.ru/contents/162_ussian162/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsiiiv-period-do-2035-goda (дата обращения: 10.04.2023).
5. ТАСС. В России создадут цифровой профиль туриста. 05.04.21. [Электронный ресурс] – URL: https://tass.ru/ekonomika/11072193?utm_source=yandex.ru&utm_medium=organic&utm_campaign=yandex.ru&utm_referrer=yandex.ru (дата обращения: 10.04.2023).
6. Шаталова В.В. Большие данные: как технологии Big Data меняют нашу жизнь / В.В. Шаталова, Д.В. Лихачевский, Т.В. Казак // Big Data and Advanced Analytics. 2021. № 7-1. С. 188-192.
7. Шмарков М.С. Разработка и реализация методики построения потребительской оценки деятельности предприятия туризма на региональном рынке // Инновационный Вестник Регион. 2012. № 3. С. 64-69.
8. Шмарков М.С. Особенности предпринимательской деятельности на современном рынке туризма / М.С. Шмарков, Е.А. Шмаркова // Профессиональное обучение: стратегические приоритеты и социальный запрос. Орёл. 2017. С. 266-283.
9. Belias D., Malik S., Rossidis I., Mantas C. The Use of Big Data in Tourism: Current Trends and Directions for Future Research. Academic Journal of Interdisciplinary Studies. 2021. Vol. 10. No. 5. P. 357-364.
10. Big Data, которая на самом деле изменит турбизнес [Электронный ресурс] // Profi.Travel. Режим доступа: <https://profi.travel/news/37597/details> (дата обращения: 10.04.2023).
11. Hotels go green with IoT, big data [Электронный ресурс] // asmag.com. Режим доступа: <https://www.asmag.com/showpost/21957.aspx> (дата обращения: 10.04.2023).
12. Hotel Revenue Management: Solutions, Best Practices, Revenue Manager’s Role [Электронный ресурс] // AltexSoft. Режим доступа: <https://www.altexsoft.com/blog/business/hotel-revenue-management-solutions-bestpractices-revenue-managers-role/> (дата обращения: 10.04.2023).
13. Pencarelli T. The digital revolution in the travel and tourism industry // Information Technology & Tourism. 2020. 22 (3). P 455-476. 162
14. Profi.Travel Programmatic — новые возможности для продвижения туристских услуг на рынке B2C [Электронный ресурс] // Profi.Travel. Режим доступа: <https://profi.travel/news/36362/details> (дата обращения: 10.04.2023).
15. Shmarkov M.S., Shmarkova L.I., Shmarkova E.A. Digital technologies in the organization and management of tourist organizations. Advances in Economics, Business and Management Research. 2019. T. 81. С. 98.

DIGITAL-ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИСТИЧЕСКИХ ТЕХНОЛОГИЙ, ВОЗМОЖНОСТИ РАЗВИТИЯ И ОБЛАСТЬ ПРИМЕНЕНИЯ

**Чергинац Елизавета Петровна
Попова Мария Витальевна**

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
344007, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая 69
Тел: 8 (951) 520-49-50
E-mail: liza.cherginets@mail.ru

ФГБОУ ВО «Ростовский государственный экономический университет (РИНХ)»,
г. Ростов-на-Дону, Россия
Ст. преподаватель
344007, Россия, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая 69
Тел: 8 (918) 533-31-31
E-mail: marinapopova2002@mail.ru

Annotation. The article presents new solutions for the digital transformation of the tourist space in Russia in the context of the spread of digital technologies in the modern world. Special attention is paid to the characteristics of possible ways of developing domestic tourism using new digital solutions.

Ключевые слова: информатизация, культура, спорт, туризм, цифровизация, экономика.
Keywords: informatization, culture, sports, tourism, digitalization, economy.

Начало XXI века ознаменовалось полномасштабным развитием информационного сектора не только в своем самобытном виде, но и отразилось на всех областях деятельности человека (промышленность, экономика, образование, культура и т.д.). Так началось формирование нового цифрового общества. Повсеместная цифровизация привычных бизнес-процессов способствовало формированию нового цифрового общества – изменялось практическое применение предметов, так привычных человеку постиндустриальной эпохи. Цель статьи заключается в рассмотрении и анализе потенциала для развития цифрового туристического сегмента в России не только для продвинутых пользователей, но и для новых пользователей (пенсионеров, малоподвижных граждан, детей и подростков). Посредством развития туристического сообщества в России выдвигается мнение о возможных положительных изменениях в российской экономике (появление новых рабочих мест, увеличение доходных статей для бюджета страны). Начавшееся в 2019 г. распространение новой коронавирусной инфекции Covid-19 оказало особое влияние на скорость распространения информационных технологий. Повсеместное внедрение цифровых решений (использование QR-кодов, перевод сотрудников на дистанционный формат работы, разработка и утверждение систем биометрического распознавание лица в больницах и метро и даже освоение систем бесконтактной доставки продуктов) значительно продвинуло цифровую трансформацию общества [4].

Однако затяжная пандемия, а также разразившаяся в новых реалиях геополитическая неопределенность стали, так называемой, «проблемой», давшей толчок для развития туристического сектора в новом формате, то есть расширения влияния цифровых технологий в сфере путешествий и распространение новых возможностей для любителей отдыха [3].

Внедрение цифровых технологий в туристический сектор дает возможность людям с ограниченными возможностями, загруженным графиком работы и финансово-ограниченных насладиться красотами нашего мира. А также напряженная эпидемиологическая и геополитическая обстановка (которые привели к разнообразным отрицательным последствиям, замедленному развитию существенных бизнес-среды, с

одной стороны; с другой – стали новым толчком для информатизации множества индустрий туристического и развлекательного характера) временно ограничили многие туристические возможности – IT-технологии способны помочь с решением данной проблемы, и благоприятно воздействовать на развитие внутреннего рынка.

Безусловно, в контексте digital-трансформации освещения индустрии путешествий в информационном пространстве можно отметить, что многие элементы туризма при переводе в цифровую среду распространяются посредством пользовательской информации, находящей свое выражение в личных страничках путешественников в социальных сетях, а также благодаря средствам массовой информации таким как, телевидение, радио, газеты и журналы [6]. Такое воздействие имеет огромную роль для продвижения туристического сектора, поскольку позволяет расширить количество заинтересованных пользователей.

Тесно связанная с развитием цифровых технологий вселенная виртуальных путешествий открывает новые возможности для взаимодействия индивидов. Так, многие люди, ограниченные в виду физических особенностей или временных рамок, смогут испытать все прелести нахождения в туристическом пространстве и попасть в круг единомышленников, тем самым избежав появления возможных депрессивных чувств, повысив свой уровень и качество жизни.

Индустрия путешествий располагает огромным потенциалом для дальнейшего развития и взаимодействия с другими сферами. На сегодняшний день существует множество путей для совершенствования информационных технологий в туристическом сегменте, хотелось бы выделить некоторые из них:

1. Развитие индустрии туризма в информационном ключе с целью обучения и воспитания духа здорового образа жизни, а также получения практики ориентирования на местности в чрезвычайных случаях или территории, интересной с точки зрения географического совершенствования знаний. Такая ветка развития туризма окажет особое воздействие на учащихся общеобразовательных программ, а также для студентов, обучающихся в средне- и высше- образовательных учреждениях. Оно также способствует, помимо обучения и воспитания духа здорового образа жизни, развитию новых ценностей патриотического характера и любви к природе, что является несомненно важным качеством при формировании себя как личности.

2. Также стоит отметить, что нельзя оставить без внимания возможность совмещение спортивного и развлекательного секторов для полноценного функционирования виртуальных путешествий. Для пользователя такого туристического сегмента будут открыты самые разнообразные маршруты, начиная от классического подъема в гору или путешествия по морю и заканчивая самыми умопомрачительными путешествиями в открытый космос или к центру земли. Совершенствование данной технологии позволит, не только малогабаритным гражданам, у которых возникают проблемы при перемещении на дальний расстояния, насладиться красотами нашей природы, но и позволит любителем путешествовать расширить свои возможности, так как многие территории, привлекающие многих в разные сезоны, могут быть чрезвычайно опасны или закрываться для посещения в определенные периоды [5]. В рамках такой программы необходимо совершенствовать не только оптические и слуховые приспособления для виртуального погружения (смарт-очки, гарнитуры и наушники), но и предстоит поработать над тактильными ощущениями (5D-эффекты, кинопогружение с дополненной реальностью), изменением покрытия и осязанием человека в целом.

3. И последнее, но не менее значимое, хотелось бы отметить, как уже упоминалось ранее, что для развития индустрии необходимо её постоянное продвижение через существующие каналы сбыта информации и распространять в массы, для чего необходима мощная информационная сеть, обслуживание которой невозможно без качественного технологического оборудования, требующего обслуживания и постоянного надзора [6]. Формирование сети глобального туризма, а также различных сообществ, пользующих поддержкой сертифицированного пользователя, способствуют привлечению новых

индивидов и повысить уровень и качество жизни в России. Начало такого продвижения индустрии можно заметить в желании людей развивать свои личные странички про путешествия в различных социальных сетях (ВКонтакте, Одноклассники, Telegram), путём размещения фото-, видео- и аудио- контента [1].

Социальные сети стали важным источником данных для отслеживания потребностей туристов. Огромная мощь технологий социальных сетей побуждает пользователей публиковать посты, а опыт путешествий идеально подходит для создания и публикации большого количества полезного контента.

По сути, социальные сети — это сеть желаний, которая поощряет создание и потребление контента, и контент, связанный с путешествиями, особенно привлекателен [1].

Социальные сети могут быть мощным мотиватором и источником влияния, когда дело доходит до принятия решений, связанных с путешествиями.

Кроме того, эффективное управление данными в социальных сетях может помочь понять поведение покупателей. Социальные сети коренным образом изменили туристическую индустрию и оказали влияние на все аспекты сектора туризма и гостеприимства, от исследований путешествий до вежливости в отношении путешественников и онлайн-обзоров.

Помимо выше сказанного, можно утверждать, что ускорение процесса информатизации туристического пространства, приведет к положительным изменениям для экономики нашей страны. Начиная с 2019 г. с распространением коронавирусной инфекции Covid-19 произошло уменьшение притока туристов и, следовательно, закономерный упадок в доходных статья для населения (и страны в целом по итогу). Теперь же, благодаря технологической трансформации и компьютеризации туристической отрасли, появится возможность проводить онлайн туры, мастер-классы, погружения с дополнено реальностью для всех желающих по всему миру, что также способствует возвращению рабочих мест для сотрудников данной индустрии (экскурсоводов, переводчиков, историков и т.д.). Возвращение рабочих мест значительно снизило уровень безработицы стране, что оказало положительный эффект на совокупный уровень дохода в стране, увеличив ВВП.

Виртуальная реальность – это один из ключей к digital-трансформации в индустрии спорта и туризма, а также повсеместному развитию и других смежных сфер. Существует огромное количество возможностей по реализации и раскрытию возможностей цифровизации данной отрасли. Возможность полного погружения в тот или иной вид деятельности, будь то путешествия, исследования новых территорий или даже обычный бег как в парке, так и не беговой дорожке, привлечет людей, заинтересованных в развитии новых качеств, способностей и умений, а значит способствует развитию туристического пространства [2].

Современный мир весьма разнообразен – существует множество теоретических и практических парадигм по его будущему виду и взаимодействию с индивидами. Процесс информатизации общества, захвативший сегодняшнего человека, трактует необходимость в постановке задач, трактующих положение туризма в современном мире.

Оцифровка туризма имеет различные формы проявления, которые включают онлайн-покупку готовых туров, сформированных туроператорами, а также разработку и внедрение мобильных приложений, предназначенных, среди прочего, для туристов, оцифровку любительских туров путем создания онлайн-школ для начинающих и тому подобное.

В дальнейшем процесс цифровизации туризма будет сопровождаться дополнительным процессом вытеснения с туристического рынка традиционных компаний с офлайн-офисами, разработкой дизайна туров по параметрам, индивидуально определяемым каждым конкретным заказчиком, и, соответственно, преимущества в конкуренции будут предоставлены тем туристическим организациям, которые смогут наилучшим образом осуществить процесс адаптации при предоставлении туристических услуг, обеспечивая их долгосрочное выживание на основе неизменно высоких показателей прибыли и прибыльности.

Библиографический список:

1. Богомазова И.В. Туризм в эпоху социальных сетей: картинка или реальность? / И.В. Богомазова, Т.Б. Климова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2021. – Т. 7 - № 3. – 3-14 с.
2. Варганова М.Л. Инновационная деятельность в туризме и ее государственное регулирование / М.Л. Варганова // Journal of International Economic Affairs. Изд: Креативная экономика. – 2017. – № 2. – 209-222 с.
3. Гаранин, Н. И. Менеджмент безопасности в туризме и гостеприимстве. Учебник / Н.И. Гаранин. - Москва: Гостехиздат, 2022. - 224 с.
4. Калинина М.П. Роль инноваций в туризме и сервисе, практические примеры / М.П. Калинина // Молодой учёный. – 2021. – №7 (349). – 157-159 с.
5. Кожевникова М.Н. Онлайн-путешествие в Россию: виртуальная социокультурная среда для обучения русскому языку как иностранному / М.Н. Кожевникова, Е.А. Хамраева, В.В. Кытина // Русистика. – 2022. – № 3. – 377-392 с.
6. Макарова С.Н. Информатизация сферы туризма и гостеприимства: расширение возможностей для туристов / С.Н. Макарова // Наука и общество. – 2019. – № 3 (35). – 119-125 с.

ПАНЕЛЬНАЯ ДИСКУССИЯ № 5
«ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ, ДЕТСКИЙ, ИНКЛЮЗИВНЫЙ, ТУРИЗМ И
БЕЗБАРЬЕРНАЯ СРЕДА В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ»

ЭКОЛОГИЗАЦИЯ МЕЖЛИЧНОСТНЫХ ОТНОШЕНИЙ ПОДРОСТКОВ, КАК
МЕТОД РЕШЕНИЯ ПЕДАГОГИЧЕСКИХ И ПСИХОЛОГИЧЕСКИХ ПРОБЛЕМ

¹**Воробей Ксения Денисовна**
²**Мушкина Ирина Анатольевна**

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»
студентка
г. Сочи, Россия
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
тел.: 8 (918) 907-00-42
E-mail: zoloto0608@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»
канд. пед. наук, доцент, заведующий кафедрой педагогического и психолого-педагогического образования
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел: +7 (862) 268-31-05
E-mail: mia-1609@mail.ru

Abstract. In adolescence, it is very important to have healthy interpersonal relationships. The sources of problems in adolescent interpersonal relationships can be very diverse. One of the methods by which teachers and psychologists can solve emerging problems, in our opinion, can be the greening of relations. The greening of relations can be expressed in a joint visit to natural objects, excursions with adolescents, as well as in the organization of the educational space using the methods of ecogarden, bionics and others. This article is devoted to these issues.

Ключевые слова: подросток, экологизация, биопозитивное пространство, обучающийся, образовательное пространство.

Key words: teenager, greening, biopositive space, learning, educational space.

Сегодня вызывает особую озабоченность поведенческие особенности подростков, такие, как прогрессирующая отчужденность, повышенная тревожность, духовная дезориентированность, агрессивность, возрастание жестокости, потенциальная конфликтность. Общение со сверстниками имеет большое значение для подростков, особенно в контексте активного внедрения цифровых технологий, и в результате этого, большого разрыва и отсутствия понимания со старшими поколениями.

Подростка всегда воспринимают как недостаточно зрелого и недостаточно социально ориентированного и возмужалого человека. Подростка можно охарактеризовать, как личность, находящуюся на особой стадии формирования ее важнейших черт и качеств: еще недостаточно развита, чтобы считаться взрослой, и в то же время настолько развита, что в состоянии сознательно вступить в отношения с окружающими и следовать в своих поступках и действиях требованиям общественных норм и правил. Главной особенностью подростка является личностная нестабильность. Именно в это время подросток заявляет о себе, как о личности с большой буквы. [3] В данном, подростковом возрасте в человеке борются противоречия в части принятия решений, стремлений, тенденций и тем самым определяя противоречивость характера и поведения. В сознании подростка возникает выбор между официальным коллективом и неформальным общением. Предпочтение всегда будет отдано тому, где ему, подростку, комфортно и его уважают.

Любая формальная четко определенная социальная система, к которой принадлежат подростки, как правило, объединяет учащихся подростков, взаимодействующих в учебной подсистеме и подсистеме внеклассной деятельности. [3]

Бионика - это наука, изучающая принципы организации и функционирования биологических систем на молекулярном, клеточном и популяционном уровнях. [1] Бионика представляется как наука, объединяющая биологию и механику, производящие устройства, наделяющие людей усиленными способностями, будь то для компенсации врожденных или приобретенных физических ограничений или ради простого улучшения возможностей. [2]

В этом направлении сочетается экологичность, практичность и польза современных технологий для человека, не противоречащих естественности природы. Таким образом, обучение в окружении биопозитивной среды, по нашему мнению, приведет к экологизации в том числе и межличностных отношений среди подростков. А их вовлеченность в формирование этой среды позволит сгладить, а в лучшем случае и нивелировать негативные характеристики присущие подростковому возрасту.

По данным авторов [источники 3,4] подростков можно разделить на следующие группы, учитывая их склонность к межличностным проблемам (таблица 1).

Таблица 1 – Деление подростков по степени отношения к конфликтам, по данным источников 3, 4

№ п/п	Показатель	Примечание
1.	Устойчивость к конфликтам	Ассертивное поведение
2.	Удерживание от конфликтов	Неуверенное поведение
3.	Конфликтность	Агрессивный стиль межличностного общения

Личность, устойчивая к конфликтам (конструктивная личность), в сложных ситуациях проявляет себя твердо, отстаивая свою позицию, уверенно выражая свое мнение (часто отличающееся от других), демонстрируя и умело выражая испытываемые чувства радости или недовольства и безусловно стремящаяся к диалогу с людьми.

Личность, удерживающаяся от конфликтов, зачастую неуверенная личность, которая стремится, используя стереотипность поведения к самоподавлению. Это может проявляться в виде покорности и положительного ответа, потому что неудобно сказать «нет» или отрицательный ответ может привести к нежелательной реакции, возможно плохо выглядеть в глазах собеседника и т.д. Часто положительный ответ может быть мотивацией не выделяться, не брать инициативу и т.д. У данной личности возможно конструктивное поведение и реакция, но лишь в тех случаях, когда отсутствует конкретный оппонент или партнер.

Конфликтующая личность обычно доминирует и использует поведенческую агрессию, зачастую активно отстаивая свои убеждения, не принимая в расчет никакие доводы и не идя на компромиссы. При этом среди подростков подобные конфликтующие личности составляют небольшой процент, 6-7 процентов от общего числа подростков.

Интересно мнение по данному вопросу английского исследователя Роберта Брамсона. Он считает, что в любой кампании подростков следует найти подход именно к малочисленной группе или единицам подростков, обладающих конфликтующим личностным поведением и наладив контакт с ними, можно обеспечить благоприятный психологический климат во всей кампании. Здесь действует механизм 1/10 и 9/10, когда найден подход к одному конфликтующему подростку, остальные подростки сами будут стремиться к упорядоченности.

Главное, о чем необходимо помнить при работе с подростками – это воспитание позитивных отношений к самому себе и окружающему миру. [5] Формирование биопозитивного пространства вокруг себя позволит подростку бережнее относиться к миру, природе и человеку, ценить жизнь, даст возможности самореализации. Педагогическая

деятельность тесно связана с социальной. Именно через педагогику возможно объяснить подростку определенные вещи и, таким образом, нивелировать негативные установки, привить важные социальные и духовные ценности, сформировать правильные представления и выработать стереотипы поведения. Именно социально-педагогическая деятельность способна сформировать личность, стремящуюся к самореализации и встраиванию в общество. Посредством методов социальной педагогики, в частности, требуется успешно решить для обеих сторон возникшие межличностные проблемы в среде подростков [6].

Несомненно, важно не только атмосфера в которой проходит образовательный процесс, но и обстановка, интерьер, которые производят впечатление или удручают, или не откликаются в виду заурядности. О влиянии интерьера, цвета существует много исследований, сделанных как архитекторами-проектировщиками, так и исследователями по психологии восприятия цвета. Психологами доказан тот факт, что цвет помещения, который соответствует возрастным или национальным предпочтениям оказывает на подростков положительный и в определенной мере тонизирующий эффект. Цвет, текстура и фактура влияют на интеллектуальную работоспособность подростков. От окружающего пространства зависит концентрация внимания.

Необходимо цветовое разграничения пространства обучения и пространства отдыха. Хорошо использование контраста для этих зон. Важной составляющей при организации учебного процесса должно стать «поле зрительного интереса» в интерьере учебного кабинета.

Занятие подростков садоводством, в том числе обучение в образовательных пространствах, активно декорированных живыми растениями располагает большими воспитательными возможностями. Можно выделить следующие важные навыки и компетенции, которые формируются у обучающихся в процессе их вовлечения в формирования природного экологического сада – экогартена, на образовательных территориях (таблица 2).

Таблица 2 – Навыки и компетенции обучающегося, формируемые в природном архитектурном образовательном пространстве (составлено автором)

№	Степень вовлеченности	Навыки и компетенции
1.	Растения и уход за ними	Воспитывает любовь и бережное отношение к природе и ко всему живому в ней. Происходит гармоничное воспитание личности.
2.	Создание уникального, собственного пространства для обучения	Развиваются трудовые навыки и умения, а также, способность к созиданию. Прививается любовь к труду и бережное отношение к приложенным усилиям
3.	Групповая работа. Важность выполнения работы подростками различных возрастных групп	Происходит делегирование разных работ и в итоге работа каждого видна в конечном результате. Происходит практическое знакомство с разными видами работ, такие как: цветовод, садовод, селекционер, ландшафтный архитектор, ландшафтный дизайнер и т.д.)
4.	Командная работа на единый результат	Работа на единый командный результат, когда каждый важен и от каждого зависит итог помогает понимать друг друга, оказывать взаимопомощь, поддержку
5.	Практическое применение полученных теоретических знаний	Четко прослеживается связь между теорией и практикой, происходит конкретизация понятий, укрепляются межпредметные связи

6.	Физическая работа	Важна польза физического труда. Возможно укрепление здоровья через работу на свежем воздухе
7.	Работа требующая гармоничного, эстетического результата	Обучающимся прививается эстетическое воспитание
8.	Применение воображения при выполнении заданий	Развитие пространственных способностей обучающихся

Во все времена в созданной человеком архитектуре существовала преемственность естественных форм. Используя не формалистический подход, характерных для прошлых лет, когда архитектор просто копировал природные формы, современная бионика широко использует функциональные особенности живых организмов - способность к саморегуляции, фотосинтез, принцип гармоничного сосуществования и другие. Находясь в интерьере, оформленном используя принципы бионики, человек ощущает себя словно в «живом организме». И этот «живой организм» лечит сознание: снимает стресс, успокаивает, помогает расслабиться. Благодаря использованию бионики и элементов экоартена в дизайне интерьера современное общество может стать более здоровым, гармоничным и экологичным.

Библиографический список:

1. Бионика в дизайне интерьера. [Электронный ресурс] – URL: <https://bboff.ru/bionika-v-dizaine-interera-statiya-stil-bionika-i-ee-mesto-v/> (Дата обращения: 04.05.2023г.)
2. A comparative analysis of six bionic design method //ResearchGate. [Электронный ресурс] – URL: https://www.researchgate.net/publication/224831644_A_comparative_analysis_of_six_bionic_design_methods (Дата обращения: 04.05.2023г.)
3. Корякина И. В. Межличностные проблемы в среде подростков и их социально-педагогическое значение / И. В. Корякина. — Текст: непосредственный // Молодой ученый. — 2015. — № 11.1 (91.1). — С. 40-43. — URL: <https://moluch.ru/archive/91/19357/> (дата обращения: 04.05.2023).
4. Возрастная и педагогическая психология: Тексты. – М.: Изд-во МГУ, 1992. – 268 с.
5. Кучменко, А. В. Методика изучения коллектива, общения, личности. Часть 1: учеб. метод. пособие / А. В. Кучменко, Л. Ф. Чупров. – Абакан: АГПИ, 1988. – С. 74.
6. Петровский А.В. Феномен субъектности в психологии личности: автореф. дис... докт. психол. наук: 19.00.11 / В. А. Петровский; Ин-т пед. инноваций РАО. М., 1993. – С. 70.

ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА ПО РАЗВИТИЮ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА: СОЦИАЛЬНЫЙ ПРОЕКТ «ЭКСКУРСИЯ В ЖЕСТАХ»

Гольшева Елена Вячеславовна

канд. экон. наук, директор НИИ изучения проблем объектов культурного наследия и развития туризма при Министерстве культуры и туризма Республики Узбекистан
100077, Республика Узбекистан, г. Ташкент, Мирзо Улугбекский район, ул. Буюк ипак йули, 115 А
Тел + (998) 977711751
golisheva_elena@mail.ru

Abstract. In this article, the author draws the reader's attention to the importance of acquiring knowledge about new ways of social interactions, emphasizes the need to develop an inclusive society and create conditions for learning, work places for people with disabilities. The experience of Uzbekistan in providing services to people with disabilities was noted, an example of one of such projects was given - the "Excursion in gestures" project.

Ключевые слова: инклюзии, туризм, люди с ограниченными физическими возможностями, социальные проекты, обучение, трудоустройство, анализ, опрос, экскурсия в жестях.

Keywords: inclusions, tourism, people with disabilities, social projects, training, employment, analysis, survey, gesture tour, audio commentary

Сегодня время мир стремительно меняется. Этот тезис повсеместно признается и актуализирует необходимость понять закономерности этих изменений, осмыслить их влияние на жизнь современного общества и отдельного человека. Востребованными становятся знания о новых способах социальных взаимодействий и отношений [1]. Важность приобретают идеи инклюзивного взаимодействия, инклюзивной культуры, инклюзивного общества, инклюзивного развития, инклюзивного туризма. Происходит усиление интереса к людям, чьи особенности развития и жизни не вписываются в рамки типичного, т.е. людям с ограниченными физическими возможностями (далее – ЛОФВ).

ЛОФВ составляют специфическую социально-демографическую группу населения, численность которой на Земле постоянно увеличивается. По оценкам Всемирной организации здравоохранения (далее – ВОЗ) в настоящее время в мире более одного миллиарда человек являются ЛОФВ, что составляет около 20% мирового населения [2]. Из этого числа приблизительно от 110 миллионов до 190 миллионов взрослых испытывают серьезные трудности в реализации своих прав. С каждым годом число ЛОФВ возрастает отчасти в связи со старением населения и увеличением бремени хронических нарушений здоровья (глобальный рост распространенности сахарного диабета, сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний и психических расстройств) [3]. По данным Агентства статистики Республики Узбекистан в стране проживает более 800 тысяч человек с инвалидностью, что составляет 2,3% от численности населения, более 25% из них, или 195 тысяч человек, были признаны «способными выполнять определённые виды трудовой деятельности».

В основе социальной модели инвалидности, закреплённой в «Конвенции о правах инвалидов», лежат идеи автономности личности, ее безусловного принятия в социуме, предоставления ЛОФВ полноценных возможностей участия в общественной деятельности, усиления их социальных связей, реализации прав, в том числе прав на участие в культурной и спортивной жизни, и на доступ к туристским, рекреационным и спортивным объектам, имеющим национальную и международную значимость. Как отмечает Совет Европы, для реализации этого права простых путей не существует, но они есть, а именно: принятие соответствующих мер для обеспечения архитектурной доступности; обеспечение ЛОФВ возможностью участия как наблюдателей, так и активных участников в культурных, спортивных и туристских мероприятиях; создание условий, чтобы ЛОФВ могли реализовать свой творческий потенциал на свое собственное благо и на благо местных сообществ [4].

В Узбекистане многое предпринимается для развития инклюзивных процессов, включая обеспечение беспрепятственного доступа ЛОФВ к социально-значимым, культурным, туристским и спортивно-рекреационным объектам. В настоящее время ратифицирована Конвенция ООН о правах инвалидов, принят новый закон «О социальной защищенности инвалидов» (№ ЗРУ-641 от 15.10.2020 г.), реализуется государственная программа «Доступная среда», вводятся новые административные и технические регламенты [5], а также определены основные задачи развития общественного туризма для ЛОФВ. В 2019 году Министерством культуры и туризма (ранее – Государственный комитет развития туризма) запущен социальный проект «Путешествие для всех», благодаря которому ЛОФВ смогут без преград путешествовать по республике. Для реализации проекта открыт специальный благотворительный счет, поступившие на счет средства будут распределены следующим образом: 50% – на организацию поездок лиц с инвалидностью; 25% – на адаптацию объектов инфраструктуры туризма на местах для лиц с ограниченными возможностями; 25% – на социальную поддержку лиц с инвалидностью (предпринимательская деятельность, инвалидные коляски и другое специальное

оборудование). Так, в рамках проекта в 2022 году были организованы инклюзивные туры для 365 ЛОФВ (в основном для колясочников) по следующим городам: Бухара, Самарканд, Коканд, Шахрисабз, Ташкент и Хива.



Рис. 1. Участники социального проекта «Путешествие для всех»

Научно-исследовательский институт изучения объектов культурного наследия и развития туризма (далее – Институт) провел исследование путем опроса ЛОФВ и представителей туристского бизнеса, с целью определить существующие проблемы и перспективные направления развития инклюзивного туризма. В первом опросе приняло участие 150 респондентов (в возрасте от 17 до 55 лет), во втором – 55 респондентов (турбизнес).

Анализ данных, полученных в результате опроса ЛОФВ, показал, что 80% респондентов хотят путешествовать, как по Узбекистану, так и в другие страны. 23% имеют достаточный доход для этого. Однако 13% респондентов может позволить себе путешествовать самостоятельно, порядка 47% – с помощью родственников. Респонденты считают, что путешествие для них – это возможность «вырваться» из личностной и социальной изоляции (35%), увидеть мир (31%), преодолеть собственные страхи и неуверенность (28%), получить новые навыки (6%). Респонденты выделили причины, которые сдерживают их совершать путешествие: недостаточная «доступная среда» (инфраструктура), объекты экскурсионного показа не адаптированы для ЛОФВ, отсутствуют предложения от туроператоров для данной категории туристов, слабая информационная поддержка, нет обученных кадров для оказания туристско-экскурсионных услуг ЛОФВ.

Результаты ответов турбизнеса показали, что 80% не оказывают туристские услуги ЛОФВ, 15% – имели опыт работы с туристами ЛОФВ; 5% – не рассматривали данное направление. Также респонденты отметили следующие сдерживающие факторы при работе с данной категорией туристов: большая затратность, ответственность и требования к нестандартным подходам и решениям при обслуживании данной категории туристов, отсутствие квалифицированных кадров для оказания туристско-экскурсионных услуг ЛОФВ. Но, основная проблема, по мнению представителей бизнеса, нет программы социального туризма на государственном уровне, а также комплексного подхода к решению данной проблемы.

В связи с чем, и ЛОФВ, и представители бизнеса отметили в своих анкетах, что одной из причин, сдерживающих осуществление путешествия по республике данной категории туристов – отсутствие квалифицированных кадров, которые смогли бы оказывать туристско-экскурсионные услуги ЛОФВ. Институт в 2022 году анонсировал социальный проект «Экскурсия в жестях» для людей с нарушениями слуха. Идею проекта поддержало и профинансировало Министерство культуры и туризма. Отметим, что данный Проект – это первый опыт в Узбекистане по вовлечению данной категории ЛОФВ в туристско-экскурсионную деятельность.

Основная цель проекта – профессиональная ориентация молодежи и взрослых людей с нарушениями слуха, вовлечение их в профессию «глухой» гид (экскурсовод); социальная

адаптация молодежи и взрослых людей с нарушенным слухом, формирования у них активной жизненной позиции, развитие креативного мышления и расширение кругозора; диверсификация туристских услуг, ориентированных на социально-уязвимые группы потребителей (люди с нарушенным слухом).

Целевая аудитория Проекта – люди с нарушениями слуха от 25 до 45 лет.

Первоначально в проекте было задействовано 20 человек, закончилось – 11. Выбывшие участники не смогли пересилить барьер внутри себя, испугавшись, что работать придется не только в помещении, но и в открытом помещении (на улице), где много прохожих. Стеснение – это одна из черт особенностей характера ЛОФВ, которая мешает им чувствовать себя спокойно и уверенно в окружающем мире. Видимо, их долгое, практически замкнутое пребывание в детстве в школах-интернатах, где они находились рядом с такими же себе подобных, отразилось на их адаптации во взрослой жизни в другом современном окружающем мире.

Для реализации проекта были вовлечены учреждения культуры: Музеи истории, истории Ташкента, декоративно-прикладного искусства, истории Темуридов, планетарий, искусств Узбекистана; Театры оперы и балета, узбекской драмы и комедии, Дворец Дружбы народов.

При разработке программы подготовки «глухих» гидов сотрудники Института понимали, что данная аудитория не имеет соответствующего базового образования, которое должно быть у гидов, – их подготовка должна учитывать психологические и физиологические особенности. В связи с этим стандартный курс переподготовки был сокращен с 6-ти до 3-х месяцев. Методический материал был адаптирован, упрощен, и придана ему определённая структура, в которой были выделены основные объекты города Ташкент для изучения (15 объектов) и изменены некоторые экскурсионные методы с учетом их жизненного опыта, а также включены индивидуальные задания для освоения материала. Текстовый материал тоже был изменен и адаптирован, так как глухие и слабослышащие зачастую неверно интерпретируют прочитанное, поскольку русский язык не является для них родным языком.

Курс был разбит на несколько частей: первая часть (теоретический) включала краткое знакомство с краеведением, традициями и обычаями, объектами туристского показа; вторая часть – практическая, на которой отрабатывались навыки на объектах показа; третья часть – работа с психологом по социальной адаптации. Все занятия проводились вместе с сурдопереводчиком жестового языка. Продолжительность теоретических занятий была сведена к минимуму – 2 часа в день, а практических – 3 часа. Занятия проходили 3 раза в неделю. Также в рамках обучения каждый учащийся получал материал для самостоятельного изучения – дополнительную литературу. По окончании курса сдавали демонстрационные экзамены на объектах. Лекторами выступили сотрудники Института.

Не смотря на заинтересованность и активность участников, они сталкивались с некоторыми сложностями, связанными с ослабленным здоровьем и психикой (слабая память, быстрая утомляемость, неуравновешенная психика). Некоторые, не сумев освоить преподнесенную информацию, опускали руки, у них портилось настроение, вплоть до появления слез и агрессии. Лекторам приходилось использовать индивидуальный подход к каждому из слушателей, подбадривая и выражая полную уверенность в их силах.

Участники курса отметили, что обучение и стало особой частью их жизни, позволило преодолеть собственные страхи и неуверенность, «вырваться» из личностной и социальной изоляции, расширить кругозор и получить новые навыки, а также расценивают получение новой профессии не как «дар божий», а как труд, к которому они приложили свое терпение, умение, знания.

В рамках реализации Проект стал получать широкую известность и вовлекать новых партнеров. Так, участники проекта при содействии КОИСА прошли обучение по IT-навыкам.

По завершению Проекта разработана обзорная экскурсия по городу Ташкент на жестовом языке с учетом потребностей аудитории с нарушением слуха; разработана учебная программа «Экскурсия в жестах», которая проходит официальное утверждение в

Министерстве высшего и среднего специального образования Республики Узбекистан для включения в учебные заведения; разработана памятка с правилами общения с людьми с нарушением слуха. Также ведется в настоящее время работа над видеословарем «Экскурсия в жестах».

21 февраля 2023 года в рамках Международного форума гидов участники проекта были официально приняты в большую гидовскую семью, были вручены дипломы о переподготовке по направлению Экскурсионная деятельность и введены в Единый государственный реестр гидов, гидов-переводчиков и экскурсоводов Республики Узбекистан. Проект получил признание от национального туристского сообщества и Министерства культуры и туризма Республики Узбекистан как «Лучший социальный проект в сфере туризма – 2022».



Рис. 2. Вручение дипломов участникам проекта «Экскурсия в жестах»

Проект «Экскурсия в жестах» привлек к себе внимание правительства Республики Узбекистан, и было принято решение продолжить его и вовлечь 100 участников из других городов республики – Самарканда, Бухары и Ургенча. В завершении работы с гидами был проведен опрос на тему их пожеланий в будущем, наши обучающиеся в 70% ответов выразили своё пожелание продолжить курс по приобретению знаний и навыков, также отметили интерес к опыту зарубежных стран в подготовке гидов с проблемами слуха и речи.

В свою очередь считаем целесообразным организацию курсов по подготовке тренеров, создание площадки для обмена опытом, обсуждения и решения существующих проблем, разработки совместных учебных программ. Создания маршрутов, по интересам, которые могли бы посещать люди с ограниченными возможностями, осуществляя мечту увидеть неизведанное, и тем самым дав возможность создания рабочих мест для людей с инклюзиями, достигая гуманных целей нашего общества в целом.

Библиографический список:

1. Афонин А.Б. Организация инклюзивной среды в учреждениях культуры: научно-практическое пособие для сотрудников учреждений культуры / А. Б. Афонин, Ю. Н. Галагузова, В. В. Колесников, К.В. Чупина; // Уральский государственный педагогический университет. Под научной редакцией Ю.Н. Галагузовой. – Екатеринбург: 2019. – 172 с. – URL: https://kroog2.ru/media/filer_public/84/a3/84a30921-e445-45d7-9afc-5c1ab5f1a9bb/inkultur_book.pdf
2. Информационный бюллетень ООН. Инвалидность: ключевые факты. [www.who.int]. – URL: <https://www.who.int/ru/news-room/fact-sheets/detail/disability-and-health> (дата обращения: 18.04.2023).
3. Disabled People in the World: Facts and Figures. [www.inclusivecitymaker.com]. – URL: <https://www.inclusivecitymaker.com/disabled-people-in-the-world-in-2021-facts-and-figures> (дата обращения: 18.04.2023).

4. План действий Совета Европы по содействию правам и полному участию людей с ограниченными возможностями в обществе: улучшение качества жизни людей с ограниченными возможностями в Европе в 2006–2015 гг. – URL: mgo-voi.ru/law/rights/943.

5. Доклад ООН «Анализ ситуации детей и взрослых с инвалидностью в Узбекистане». – URL: https://www.unicef.org/uzbekistan/media/3616/file/Brief_PWD_SitAn_RUS.pdf

ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК СОВРЕМЕННАЯ ПЕДАГОГИЧЕСКАЯ ТЕХНОЛОГИЯ

¹Григорашенко-Алиева Надежда Мансумовна

²Садилова Оксана Павловна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»,

г. Сочи, Россия

канд. соц. наук, доцент

кафедры педагогического и психолого-

педагогического образования,

член Союза Женщин России

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»,

г. Сочи, Россия

канд. пед. наук, доцент

кафедры педагогического и психолого-

педагогического образования

354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская, 94

Annotation. The article discusses scientific approaches to the definition of the concept of "educational tourism" in relation to students in the conditions of the development of the economy of the city of Sochi and the Krasnodar Territory. In the market of educational services, there are software products for the participation of children and adolescents in this area.

Ключевые слова. Образовательный туризм как научная категория; сущностные характеристики образовательного туризма в современных социально-экономических условиях; факторы возможностей развития образовательного туризма обучающихся; образовательный тур как туристический продукт и педагогическая технология.

Keywords. Educational tourism as a scientific category; essential characteristics of educational tourism in modern socio-economic conditions; factors of opportunities for the development of educational tourism for students; educational tour as a tourist product and pedagogical technology.

Образовательный туризм в современных условиях становится все более популярным направлением в мировой индустрии туризма [1, с. 111; 2, с. 215].

С одной стороны, образовательный туризм недостаточно отражен в научных концепциях, с другой стороны он не является новым концептом туризма. Еще в античные времена в трудах софистов можно найти отсылки к образовательному туризму. В 17-19 вв. «Гранд тур» обеспечил распространение практики в рамках языкового обмена британской молодежи. В России М.В. Ломоносов является одним из первых представителей научной интеллигенции, заложившим основы научной теории как фундаментальной традиции. Следует отметить, что наши студенты получили возможность проведения полного курса обучения в Европейских университетах, при этом, они возвращались на родину, получив не только языковую практику, но и полный курс научных дисциплин. Однако, наиболее доступным, актуальным данное направление стало при Петре I для представителей аристократии с обязательным условием возвращения и распространения полученного опыта в отечественной практике.

Одновременно, существовала практика международного научного обмена, когда в наших образовательных центрах, университетах можно было прослушать курс лекций зарубежных ученых.

В отечественной теории языкознания успешно с конца 19-го - начале 20-го вв. развивается научное направление лингвориторического дискурса «формирование сильной языковой личности демократического типа» на основе интеграции авторских концепций межкультурной коммуникации [10, с. 38].

В аспекте современной актуальности данной проблемы можно отметить, что с конца 20 в. кризисные явления в социальной сфере привели к развитию функциональных отклонений в сфере общения, культуре поведения и социализации обучающихся; в частности, исследователи в области психологии, социальной педагогики отмечают склонность подростков к отказу от норм этики и культуры, смене ценностных ориентаций у молодежи [14, с. 55]. Одним из аспектов такого рода нарушений в поведении подростков педагогами-практиками отмечается зависимое поведение, его виды, особенности протекания и трансформации личности, в некоторых случаях приводящие к крайним формам девиаций [3, с. 69]. Соответственно, в современной практике повышается значение форм образовательного туризма как средства профилактики и коррекции социализации обучающихся. В этой связи можно отметить внесение изменений в законодательство РФ в области образования, разработку региональных программ поддержки молодежи в целях обеспечения развития здорового поколения [5, 11].

В настоящее время, образовательный туризм выступает как продуктивное инновационное направление современной педагогики (педагогическая технология) для различных категорий учащихся, заинтересованных в расширении спектра своих знаний, компетенций, средство саморазвития и профессиональной ориентации [8, с. 12].

Наиболее широкое распространение данная технология получила в связи с развитием науки, информационных систем, распространением опыта международной коммуникации, введением современных цифровых систем в образовательном процессе, также предусматривающим взаимообмен теорий, моделей на основе отечественных и зарубежных примеров, как западных, так и восточных, что обогащает сферу науки и практики образования [9, 12, 13].

Качественно новым направлением реализации данной технологии в современных условиях является ее использование в программах и проектах развития института информатизации и профессионалитета как специализированной среды, способствующей совершенствованию личностной и профессиональной мобильности молодежи, в том числе, позволяющей на базе полученных компетенций повысить возможность участия обучающихся и выпускников всех уровней образования в международных программах обмена, научных, инновационных, творческих конкурсах [4, 8, 9].

В теории развития данной технологии можно выделить базовые концептуальные положения [6, 7]: ориентация на развитие ведущих лингвистических, профессиональных, творческих компетенций за счет участия в различных видах образовательной, проектно-исследовательской, интерактивной, практико-ориентированной деятельности; обеспечение построения межкультурного диалога между участниками; повышение эффективности и качества процесса обучения на основе личной заинтересованности; ориентация на развитие креативности личности и учет индивидуальных способностей; сочетание личностного, компетентностного и технологического подходов; формирование прикладных компетенций в области этно-культурного мировоззрения; особенностей региона, в том числе через участие в инновационных краевых программах и конкурсах.

В процессе выполнения авторского проекта расширяется сфера научного познания на этапе изучения категорий: «образовательный» и «познавательный» туризм; через построение экспериментальной части исследования расширяются границы понимания будущей профессиональной деятельности, формирование базовых компетенций, языковых умений, а не только путешествие как самоцель.

Так, например, число обучающихся на педагогические профили увеличивается за счет ближнего зарубежья и азиатско-тихоокеанского региона.

Таким образом, образовательный туризм имеет потенциал для гибридизации с другими сегментами туризма и нетуристическими секторами в глобальный мир.

Представим несколько направлений образовательного туризма:

1. Школьные экскурсии, образовательные программы стажировок, которые включают доступ в определенные отрасли прикладных знаний.

2. Очные программы обучения и участие в программах международного обмена, в том числе молодых специалистов.

3. Международные программы магистратуры, аспирантуры, докторантуры с возможностью получить научную степень.

4. Студенты университетов России во время обучения за рубежом имеют возможность повысить творческий и профессиональный уровень с помощью программ академической мобильности, участия в летних научных школах.

5. Семинары, мастер-классы и симпозиумы для обучающихся всех уровней и профилей. Спектр возможностей от изучения программы или курса, или участия в практической реализации проекта до написания авторской монографии по результатам авторского исследования.

При наличии благоприятных факторов и в условиях устойчивой экономики города, региона, страны, а также благоприятных внешних условий, образовательный туризм является одним из фундаментальных направлений реализации ФГОС и ФОП основного общего образования (Приказ Министерства Просвещения РФ № 993 от 16.11.2022 «Об утверждении федеральной образовательной программы основного общего образования») [15].

Исходя из вышесказанного, технология образовательного туризма является основой образовательной и профессиональной мобильности обучающихся; формирует среду готовности молодого специалиста (педагога) к работе в условиях современной рыночной, цифровой экономики и инновационных систем.

Национальный проект «Образование» позволяет существенно ускорить внедрение успешных практик, в том числе при применении данной педагогической технологии. Среди направлений реализации можно отметить стимулирование инновационных преобразований в образовании; использование технических новинок, в том числе туристических-технологий в образовании; разработка и реализация комплексных программ поддержке талантливой молодежи, мобильности молодежи; создание экспериментальной профильной среды на базе сетевого взаимодействия профильных предприятий и организаций, расширение сферы международного сотрудничества (в том числе, как направление сетевого взаимодействия ВУЗа (ФГБОУ ВО «СГУ»).

В России реализуется направление, объединяющее социальные предприятия как динамично развивающаяся система с образовательными и социальными целями, организованная для достижения эффективных перемен в социальной сфере и сфере образовательного туризма. Среди вопросов, на которые обращают внимание социальные предприниматели особое место занимает образовательный туризм.

Начиная с 2012 года в городе Сочи проводятся мероприятия, направленные на знакомство. В качестве примера деятельности социальных предпринимателей Сочи в сфере образовательного туризма можно отметить менторскую поддержку стартап-проектов; школу предпринимательства как технологию работы с молодежью. Образовательные программы в рамках образовательного туризма: «Социальное предпринимательство» и «Кухня проектера».

В рамках этой работы нами создана программа подготовки и сопровождения индивидуальных проектов, которая позволяет стать социальным предпринимателем в сфере образовательного туризма.

Приведем пример проекта, внедренного на территории г. Сочи.

Центр разработки и реализации нравственных программ «Наше будущее»

Автор проекта: Воробьева Александра Евгеньевна.

Образование высшее.

Сфера реализации проекта: Организация образовательного туризма молодежи, нравственное воспитание, учебно-экскурсионный туризм.

Проблема: Недостаточное количество центров, работающих в сфере образовательного туризма, направленного на нравственное воспитание детей и подростков от 9 до 14 лет в России и городе Сочи.

Слоган проекта: «Наше будущее в наших руках!»

Цель проекта: Помочь сформировать подросткам из города Сочи и других городов России нравственные убеждения по основным жизненным направлениям: здоровье; дружеские отношения, отношения с противоположным полом (в аспекте будущих семейных отношений); финансы; предпринимательская деятельность; личностная реализация; достойное отношение к себе и к другим людям через организацию и проведение квестов, игр, десятидневных экскурсионных туров, летних лагерей с содержанием тематических нравственных программ.

Целевая группа проекта: Дети и подростки от 9 до 14 лет России и Сочи.

О проекте: в ходе успешной реализации проекта в городе Сочи появится альтернатива образовательного туризма для ребят из других городов с возможностью принять участие в образовательных турах.

Социальные эффекты реализации проекта: увеличение количества молодежи в России, ведущей здоровую жизнь и активно участвующей своими дарами и способностями в развитии России; уменьшение вредных зависимостей в молодежной среде; повышение грамотности в отношении обращения с деньгами среди молодежи, увеличение количества молодежи, использующей финансы по назначению – создание блага для своей семьи и других людей; увеличение количества молодых предпринимателей, использующих в основании своей деятельности принципы нравственности; увеличение количества молодежи в России, настроенной на понимание и принятие другого человека, диалог с другими, признание и уважения его права на отличие. Принятие и правильное отношение к другим народам и их культурам.

Ведет свою деятельность как Клуб «Наше будущее».

Основными направлениями деятельности Клуба являются: организация образовательного туризма молодежи; разработка нравственных программ для школ и для учреждений дополнительного образования России, Абхазии, Белоруссии; проведение учебно-экскурсионного туризма; разработка и организация подростковых квестов; проведение детско-родительских мероприятий, направленных на укрепление отношений родителей и детей для семьи; организация и проведение детских мероприятий развивающего характера; разработка и организация мероприятий молодежи.

В связи с этим, используя лучшие социальные практики на территории Сочи позволяет создать единый механизм, включающий в себя все виды качественных услуг в сфере образовательного туризма для построения системы дополнительного образования.

Библиографический список:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм. М.: КноРус, 2022.–459 с.
2. Воскресенский В.Ю. Международный туризм. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 463 с.
3. Григорашенко-Алиева, Н.М. Социальные стратегии противодействия молодежному наркотизму: дис. канд. соц. наук / Н. М. Григорашенко-Алиева. – Сочи: 2012. – С. 69.
4. Дурович, А.П. Организация туризма : учебное пособие / А.П. Дурович. – Минск: РИПО, 2020. – 297 с.
5. Закон «Об образовании в Российской Федерации» [Электронный ресурс]: Постановление от 29.12.2012 № 273-ФЗ // Собрание законодательства. 2012. URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_140174/ (дата обращения: 23.04.2023).
6. Зорин И.В. Туризм как вид деятельности: учебник / И.В. Зорин. М.: Финансы и статистика, 2005. 288 с.
7. Исмаев Д. К. Маркетинг иностранного туризма в Российской Федерации: Теория и практика деятельности туристских фирм: Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / Д. К. Исмаев. — 2-е изд., стер. — М.: Издательский центр «Академия», 2004. - 192 с.

8. Ковалева, А. Н. Педагогический потенциал образовательного туризма в системе непрерывного образования человека [Текст]: автореф. дис. канд. пед. наук: 09.00.01 / А. Н. Ковалева; Новгород. пед. ун-т. – Великий Новгород, 2013. – 22 с.
9. Козлова Н.А. Формирование и развитие рынка международного образовательного туризма / Н.А. Козлова. Дис. канд. эконом. наук. – Санкт-Петербург, 2009. 187 с.
10. Ладыженская Н.В. (г. Москва) Реализация связи понятий, идей действий при создании ментальных карт в курсе «Основы сетевого педагогического общения» в контексте теории коннективизма // Лингвориторическая парадигма: теоретические и прикладные аспекты / ред. А.А. Ворожбитова. - Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2020. - № 25-1. - С. 38-41.
11. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ (ред. от 28.12.2016 г.) [Электронный ресурс]: Гарант: информационно-правовое обеспечение. – Режим доступа: <http://base.garant.ru/136248/1/>. Дата обращения – 03.05.2023.
12. Погодина В.Л. Современное состояние и перспективы развития образовательного туризма в России / В.Л. Погодина // Известия Российского государственного педагогического университета им А. И. Герцена. - СПб: Изд-во РГПУ, 2007. - № 30. - С. 31-42.
13. Пономарева Т.В. Образовательный туризм: сущность, цели и основные сегменты потребителей / Т.В. Пономарева // Проблемы современной экономики: материалы IV Междунар. науч. конф. – Челябинск: Два Комсомольца, 2015. - С. 76-83.
14. Садилова О.П. Формирование этически ответственного речевого поведения детей и подростков (монография). - Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2018. - 86 с.
15. Приказ Минпросвещения России от 16.11.2022 № 993 «Об утверждении федеральной образовательной программы основного общего образования» (Зарегистрировано в Минюсте России 22.12.2022 № 71764) URL:https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_435192/ (дата обращения: 23.04.2023).

THIRD PLACE FOR YOUTH IN ST. PETERSBURG & MOSCOW

Замятина Наталья Александровна

ФГБОУ ВО «Государственный университет управления», г. Москва, Россия
канд. филол. наук, доцент кафедры управления в международном бизнесе и индустрии туризма
109542, Москва, Рязанский проспект, 99
Тел.: 8 (495) 377-89-14
E-mail: na_zamyatina@guu.ru
ORCID: 0000-0001-8184-6304

Аннотация. Молодежный досуг нуждается во внимательном управленческом подходе, особенно в кризис и в тех странах, где люди чувствительно относятся к неопределенности. В статье рассматривается значение теории третьего места для концептуального подхода к планированию городского пространства, ориентированного на молодежь.

Ключевые слова: планирование и развитие туризма; молодежный туризм; молодежный досуг; третье место; молодежное городское пространство

Key words: tourism planning and development; youth tourism; youth leisure; third place theory; urban space for youth

Managing youth leisure is of great importance in all times but becomes especially relevant in crisis, especially in cultures which are sensitive to uncertainty. According to the research implemented by Prof. Geert Hofstede since the 1980s, Greece, Japan and Russia score the highest on the Uncertainty Avoidance Index (UAI), which measures how national cultures perceive the future, the unknown and unpredictability [1]. This article considers the Third Place Theory by Ray Oldenburg in relation to youth leisure and compares current approaches to off-line urban space in two cultural capitals of Russia – St. Petersburg and Moscow.

Third place theory

In sociology, compared to high-priority first and second places – home and workplace, the third place is assigned for leisure activities and contributes to creative interaction in humans. Besides, it is capable to implement important social, economic, political functions and plays an essential role in building civil society and democracy [2]. The third place is featured by either material benefits like design, functionality and client service or psychological atmosphere and interaction with guests.

The taxonomy of the third place includes a huge variety of public places like parks, cafes, cultural institutions, shopping malls, saunas as well as events and church communities. The latest ideas for organising the third place relate to a coworking space, anticafe and a hybrid model of coliving. The third place theory was popularized by businesses. Open space approach to facilitate face-to-face communication was first introduced in the 2010s by Starbucks, which attracted customers by design, cozy atmosphere and opportunity for people to meet and talk [3]. In the world history the third place has often served as a place where likeminded people could discuss political issues and so the government could monitor changes in public opinion.

Third place for youth

Universalisms of the third place, mentioned by Ray Oldenburg, like no/little entrance fee, equality, relaxed and playful atmosphere, neutrality, invisibility, patron visitors, food and beverages, facilities to meet old and new friends and face-to-face communication, accessibility and convenient location are also relevant for youth. Existing solutions for youth leisure in St. Petersburg and Moscow vary from urban and cultural spaces to social clubs and even churches. Some of the latest projects are compared to the recognized ones by typology, functionality, accessibility and ranking on Yandex and Google maps (table 1).

Table 1. Urban spaces for youth in Moscow and St. Petersburg

	Urban Space: launched, address, ranking, website	Features & Benefits
1	SEVKABEL 2018 40, Kozhevennaya str., St. Petersburg 4.6 (18K) / 5.0 (50K) www.sevcableport.ru	An ex-plant redeveloped into a recreation space with a skate-park, sport facilities, children’s studios, cafes, shops, open storage of street art and over 700 events a year including concerts and exhibitions. <ul style="list-style-type: none"> • Open 10-23
2	ETAGI Loft Project 2007 74, Ligovsky, St. Petersburg 4.7 (25K) / 4.3 (18K) www.loftprojectetagi.ru	Contemporary galleries & shops in an ex-plant-bakery with cafes and a roof-top terrace with city views. Wheelchair-accessible car park and entrance. <ul style="list-style-type: none"> • Observation deck • Open daily 9-23
3	FLACON Design Factory 2009 36-2, Bolshaya Novodmitrovskaya str., Moscow 5.0 (19K) / 4.6 (14K) www.design-zavod.ru	An ex-crystal factory redeveloped into a community-based creative cluster with 20+ projects and startups. <ul style="list-style-type: none"> • Open: 10-22
4	WINZAVOD Contemporary Art Centre 2007 1/8-6, 4 th Syromyatnichesky lane, Moscow 4.4 (6K) / 4.5 (5K) www.winzavod.ru	An ex-wine factory and beer factory Moscow Bavaria redeveloped into an art space with loft design, exhibitions, open studios, cafes and artist shops. <ul style="list-style-type: none"> • Open: 12-20, closed on Monday
5	GES-2 House of Culture 2021 15 Bolotnaya Embankment, Moscow	An ex-powerplant redeveloped into a cultural centre with various activities and modern art exhibitions. <ul style="list-style-type: none"> • Redesigned by Renzo Piano

	Urban Space: launched, address, ranking, website	Features & Benefits
	5.0 (12K) / 4.4 (545) www.v-a-c.org	<ul style="list-style-type: none"> • Open 11-22 • Entrance: free registration
6	ARTPLAY Design and Architecture Center 2003 10, Nizhnyaya Syromyatnicheskaya str., Moscow 4.3 (7) / 4.6 (8.5K) www.artplay.ru	<p>A 100-year old Manometr Factory, redeveloped into a business centre with an open museum and a venue for the Moscow International Biennale of Contemporary Art.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Open: 10-21
	HLEBOZAVOD № 9 Art Centre 2017 1-1, Novodmitrovskaya str., Moscow 5.0 (8K) / 4.7 (6K) www.hlebozavod9.ru	<p>An ex-plant-bakery redeveloped into an art space with avangard architecture, cultural and entertainment activities.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Open 24 hours
7	CENTRE ZOTOV Constructivist Space 2022 Khodynская str., Moscow 5.0 (800) / – www.centrezotov.ru	<p>The ex Zotov bakery plant redeveloped into a cultural centre for museum exhibitions, cinema, lectures, events and research projects.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Open 11-22, closed on Monday • Entrance fee
8	ARMA Business Park 2003 5, Nizhny Susalny, Moscow - www.armazavod.ru	<p>An ex-gas-plant redeveloped into a business cluster with restaurants, cafes, bars, showrooms, entertainment, fitness centres and beauty salons in industrial surroundings.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Open territory • Entrance fee for vehicles
9	THIRD PLACE Café-Coworking 2020 62, Litejny, St. Petersburg 4.7 (1.3K) / 4.5 (389) www.thirdplace.ru	<p>Café-coworking in a historic mansion of the mid-19th century with lectures, concerts, cinema and open space.</p> <ul style="list-style-type: none"> • ‘Californian beach’ • Merch • Open: scheduled
10	SENO Urban Space 2022 49B, Gorokhovaya str., St. Petersburg 5.0 (2) / 5.0 (5) www.seno.spb.ru	<p>Urban space of 3 properties – SENO, Sennoy Bulvar, G47 in a historic building of 1867 with attractive design. By legend, in a tavern here Raskolnikov from Dostoevsky’s «Crime and Punishment» met Svidrigailov.</p> <p>A multifunctional creative cluster with restaurants, cafes, bars, entertainment areas, fitness facilities, coworking, shops and open space for concerts, festivals or fairs.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Area 15,000 sq.m • Open 24 hours.
11	TRETIY KLASTER Prostranstvo by BS Group 2022; 4, 8 th Sovetskaya str., St Petersburg). 4.4 (251) / 4.3 (140) www.bs-realty.ru/3cluster	<p>An ex-carriage station redeveloped into a gastronomic creative cluster with bars, cafes fashion showrooms, art workshops, tattoo studios, design studios.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Open: 24 hours
12	ANNENKIRCHE Lutheran Church & Art Space 2007	<p>Lutheran church built in 1707, turned into a nightclub in the 1990s and burnt down in 2002. The charred, ruined interior with burn marks. Regular</p>

	Urban Space: launched, address, ranking, website	Features & Benefits
	8B, Kirochnaya, St. Petersburg 5.0 (12K) / 4.7 (4K) www.annenkirche.com	church services, concerts, lectures, exhibitions and other cultural events. • Open: scheduled
13	ANTIPA Café-Refectory 2020 8/1, Kolymazhny Lane, Moscow 4.7 (1.3K) / 4.4 (44) https://t.me/antipa_cafe	Coffee shop and refectory of St. Antipa's Orthodox Church 'on Kolymazhny Dvor' with cinema and lectures. • Merch • Open: 9-21
14	LENDOK Open Film Studio & Art Space 2022 12, Kryukov Canal, St. Petersburg 4.5 (2K) / 4.7 (2K) www.lendocstudio.com	Art space at the film studio «Lendoc» with a museum, school for filmmakers, summer yard, bar and creative space for concerts, cinema, lectures. • Open 10-22
15	POLTORY KOMNATY – Memorial apartment-museum of Iosif Brodsky 2021 14, Korolenko str., St. Petersburg 4.5 (740) / 4.6 (197) www.brodsky.online	Museum, gallery, book shop and bar. • Merch • Open: Mon-Fr 14-20; Sat-Sun 11-21 • Entrance fee
16	Pushkinsky.Youth 1960s 6-2, Kolymazhny lane, Moscow 4.2 (13) / - www.youth.pushkinmuseum.art	Community-based educational programs and coworking for youth at The Pushkin State Museum of Fine Arts. • Age 14-21 • Open: scheduled

Source: author's elaboration based on study results

To sum up, word of mouth is the main channel to receive information about such places either from friends or bloggers. Each third place can become unique and deliver unforgettable experience if its property is well managed and safety standards are provided. As well it should respond to current trends like sustainability and digital accessibility, which popularity is growing in youth. Creative urban space has a great potential for youth entrepreneurship and thus matches the goals of sustainable city and community development. Further research is planned to be done on the specifics of urban space for youth subcultures in correspondence with current travel trends.

References:

1. Hofstede's Global Cultural Dimension Index (HGCDI). – URL: <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison/> (accessed: 20.04.2023).
2. Oldenburg, R. The Great Good Place: Cafes, Coffee Shops, Community Centers, Beauty Parlors, General Stores, Bars, Hangouts, and How They Get You Through the Day. – New York: Paragon House, 1989. – 338 p.
3. Starbucks, «The Third Place», and Creating the Ultimate Customer Experience // Fast Company. – 11 June 2008. – URL: <https://www.fastcompany.com/887990/starbucks-third-place-and-creating-ultimate-customer-experience> (accessed: 20.04.2023).

ПРОБЛЕМНЫЕ АСПЕКТЫ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА И ОТДЫХА

¹ Кдлян Елена Леоновна
² Магдесян Галина Андреевна

¹ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. юрид. наук, доцент кафедры гражданского и уголовного права и процесса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: +7 (862) 268-25-87
E-mail: gpp00@mail.ru

²ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи, Россия
канд. юрид. наук, доцент кафедры гражданского и уголовного права и процесса
354000, Россия, г. Сочи, ул. Пластунская 94
Тел.: +7 (862) 268-25-87
E-mail: gpp00@mail.ru

Abstract: The article presents an analysis of the current state of the sphere of children's tourism in Russia. The relevance of this area is substantiated, the importance of the current period for reforming the current situation is emphasized. To substantiate amendments to the legislation on tourism, statistical data are considered, as well as an analysis of problematic issues that need to be addressed and allow changing the sphere of children's tourism and recreation.

Ключевые слова: правовое регулирование, устойчивое развитие, детский туризм
Keywords: legal regulation, sustainable development, children's tourism

Право несовершеннолетнего на отдых является элементом конституционного статуса ребенка в России, что закреплено в нормах ч. 5 ст. 37 Основного закона РФ [1]. В соответствии со ст. 12 Федерального закона «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» [2], меры, обеспечивающие права детей на оздоровление вправе осуществлять органы государственной власти субъектов Российской Федерации и органы местного самоуправления в пределах своих полномочий. Следует также указать на тот факт, что в 2004 году Межпарламентская ассамблея государств-участников СНГ приняла на своем 24-м пленарном заседании модельный закон «О детском и юношеском туризме», где детский и юношеский туризмом трактуется как способ гармоничного развития детей, который реализуется в форме отдыха и общественно-полезной деятельности, со специфическими структурными элементами в виде похода, путешествия и экскурсии [4].

Особо подчеркнем, что уже в течение последних 10 лет наблюдается существенное уменьшение количества детских оздоровительных лагерей в силу их перепрофилирования и закрытия, и, как следствие, снижение количества отдыхающих в них детей. Кроме того, значительно сократилось число центров для детского туризма во многих регионах страны. Одни были, к сожалению, закрыты, другие объединены в результате реорганизации с организациями другого профиля. Негативно отразились на детском отдыхе и введение ограничений по COVID-19 в последние 3 года на всей территории нашей страны. Такие меры, разработанные в связи со сложившейся ситуацией, как ассигнований из средств бюджета на поддержку отдыха детей в виде кешбэка в размере 7,5 млрд. руб. (в 2021 г. это составило более 4-х млрд. руб.) и снятие ковидных ограничений, способствовали увеличению спроса и на отдых и организованные путешествия для несовершеннолетних туристов не только в пределах одного региона, но и в целом по стране.

Следует сказать и о многоуровневой системе управления и организации отдыха детей. Так, на федеральном уровне решение проблемам в сфере детского отдыха и оздоровления возложено на законодательные и исполнительные органы. В формате Государственной Думы с 2021 г. вопросы детского туризма разрешает Рабочая группа по детскому и молодежному туризму Комитета ГД по туризму и развитию туристической инфраструктуры,

председателем которого является депутат Госдумы Салаева А.Л. Финансирование детского туризма в рамках национальных проектов «Культура» и «Туризм и индустрия гостеприимства», реализуются программы, повышающие доступность и популяризацию туризма для школьников и формирование турпакетов для детей школьного возраста.

На региональном уровне для управления туризмом созданы структуры, полномочиями которых являются создание и утверждение реестров детских лагерей отдыха и оздоровления и перечня туристских маршрутов.

В отдельных регионах наблюдаются лучшие практики организации поездок детей, получает развитие взаимный обмен детей с целью знакомства с культурой и историей смежных субъектов. При этом региональные власти в различной степени оказывают поддержку турфирмам, музеям и паркам. Особо подчеркнем, что Российский союз туриндустрии в настоящее время большое внимание уделяет детскому туризму.

Организация отдыха и коллективных детских поездок относится к деятельности также некоммерческих и общественных организаций, юридических лиц и индивидуальных предпринимателей.

Стоит сказать, что в детских лагерях отдыха и оздоровления также реализуется и образовательный стандарт, в силу наделения с 2018 г. Минобрнауки РФ полномочиями разрабатывать основные направления государственной политики в сфере организации детского туризма, в том числе обеспечения безопасности их жизни и здоровья. Отметим, что «опеку» над организациями детского отдыха, осуществляют Минздравсоцразвития РФ, Роспотребнадзор, МВД РФ, МЧС РФ.

Необходимо отметить, что оказание туристических услуг для детей формирует особый правовой режим регулирования. Однако в законодательстве, до сих пор нет единого подхода к понятию «детского туризма».

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» ФЗ дано понятие детского туризма как туризма организованной группы несовершеннолетних туристов в сопровождении руководителя, несущего обязанности их законного представителя [3]. Федеральный закон «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» раскрывает детский туризм как разновидность активного детского отдыха, связанная с оздоровлением детей наряду с физкультурой и спортом. Неопределенность правового регламентирования детского туризма является прямым следствием общей несбалансированности действий государства по регламентированию туристической отрасли. В контексте наделения руководителя детской группы туристов обязанностями законного представителя необходимо рассматривать временный режим ответственности, который определяется периодом делегирования прав экскурсоводу.

Делегирование полномочий законного представителя руководителю туристической группы определяет особые требования в отношении:

- предоставления расширенной информации о целях и составе туристической услуги, в т.ч. информации и контента доводимой ребенку во время отсутствия родителя/законного представителя;
- обеспечения безопасности, в т.ч. предоставления по требованию расширенной информации о квалификации персонала, процессах действий в нестандартных ситуациях и ЧС;
- обеспечения «прозрачности» процесса оказания услуги, в т.ч. предоставления информации о инцидентах и конфликтах, в т.ч. для проведения арбитража конфликтов с ребенком (в т.ч. защиты прав экскурсовода).

В связи с чем, считаем необходимым предусмотреть модификацию системы профессиональных стандартов (согласно 238 ФЗ «О независимой оценке квалификации») для обеспечения качества оказания услуг с учетом специфики возникающих отношений, связанных с делегированием прав полномочного представителя (в т.ч. навыков работы с возрастными группами детей, компетенциями в области медиации социальных конфликтов и т.п.).

Кроме того, считаем, что важным аспектом развития детского туризма и отдыха является создание системы норм и правил связанных с медиацией конфликтов управления и

конфликтов коммуникаций с детьми и экскурсоводами (в т.ч. порядок подключения родителя к коммуникациям, определение степени эскалации корректирующих действий/воздействий на ребенка например при радикально критичных культурных конфликтах и т.п., например действия экскурсоводом если ребенок грубо нарушает нормы поведения, ведет себя антисоциально, нарушает правила безопасности и т.п.).

Правовое регулирование детско-юношеского туризма в России требует дополнительной разработки, хотя и содержит в себе большое количество нормативно-правовых актов.

Учитывая вышеизложенное, предлагаем внести в Федеральный закон от 24 июля 1998 года № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» следующие изменения. Так, абз. 9 ст. 1 изложить в следующей редакции: «организации отдыха детей и их оздоровления - организации (независимо от их организационно-правовых форм) сезонного или круглогодичного действия, стационарного и (или) нестационарного типа, с круглосуточным или дневным пребыванием, оказывающие услуги по организации отдыха и оздоровления детей (организации отдыха детей и их оздоровления сезонного или круглогодичного действия, лагеря, организованные образовательными организациями, осуществляющими организацию отдыха и оздоровления обучающихся в каникулярное время (с круглосуточным или дневным пребыванием), детские лагеря труда и отдыха, детские лагеря палаточного типа, детские специализированные (профильные) лагеря, детские лагеря различной тематической направленности), и организации, предоставляющие услуги в сфере детского туризма и реализующие туристские продукты для детей».

Более того, добавить абз. 10 ст. 1 и изложить в следующей редакции: «организации детского туризма - организации, предоставляющие услуги в сфере детского туризма и реализующие туристские продукты для несовершеннолетних туристов (туроператоры и турагенты, операторы туристских информационных систем, организаций, а также индивидуальные предприниматели и физические лица, применяющие специальный налоговый режим «Налог на профессиональный доход» в соответствии с Федеральным законом от 27 ноября 2018 года № 422-ФЗ «О проведении эксперимента по установлению специального налогового режима «Налог на профессиональный доход» и предоставляющие услуги экскурсоводов (гидов), гидов-переводчиков и инструкторов-проводников). Или в ст. 1 ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» включить понятие «организации детского туризма».

В целях применения единых терминов, предлагаем следующую формулировку: «туризм детский - туризм организованной группы несовершеннолетних туристов в сопровождении руководителя, который несет обязанности их законного представителя. В качестве организаторов туров, путешествий, походов, экскурсий и экспедиций с участием несовершеннолетних туристов могут выступать организации, оказывающие услуги в области туризма, а также организации, осуществляющие образовательную деятельность».

Как нам представляется, в рамках данного исследования, стоит так же обозначить характерные тенденции правового обеспечения детского туризма в настоящее время:

- разработка правовых норм, повышающих уровень эффективности детского туризма и защиты прав детей;
- развитие законодательства в области безопасности туризма;
- развитие регионального нормотворчества в сфере туризма и его унификации;
- принятие правовых актов, которые смогут регламентировать вопросы классификации и стандартизации в различных областях детского туризма;
- комплексность нормативного правового регулирования туристической деятельности и смежных с указанным законодательством отраслей права.

В детском туризме, так же, как и в туризме, в общем, к содержанию норм законодательства о туристической деятельности относятся вопросы о защите прав потребителей туристического продукта.

Основным вопросом в выборе туристического продукта для детей является обеспечение безопасности ребенка во время путешествия, похода или другого вида отдыха.

Для развития детско-юношеского туризма в России необходимо также использовать опыт зарубежных стран, где достаточно большое внимание за рубежом уделяется детскому и юношескому оздоровительному туризму как отдельной отрасли. Рассматривая опыт государств-соседей России, необходимо отметить большое количество соглашений, подписанных государствами-участниками СНГ. Так, соглашением о сотрудничестве стран СНГ в сфере образования от 15 мая 1992 г. определены партнерские связи в области туристической деятельности учащихся, студентов, педагогов, организации их совместного труда и отдыха.

Таким образом, правовое регулирование детско-юношеского туризма в нашей стране необходимо совершенствовать с учетом развития гражданского общества и постоянным развитием экономики. Также необходимо налаживать международные связи в сфере детско-юношеского туризма с зарубежными партнерами, в связи, с чем возникает необходимость в заключение дополнительных соглашений и международных актов.

Более того, в целях оптимизации детского туризма в России, считаем необходимым осуществить следующие шаги. Во-первых, сформировать единую государственную систему нормативно-правового регулирования в сфере детского туризма. Во-вторых, детализировать такие правовые категории как «детский отдых» и «детский туризм». В-третьих, разработать систему страховых, налоговых и иных финансовых послаблений для субъектов сферы детского и социального туризма.

Библиографический список:

1. Конституция РФ (с учетом поправок, внесенных Законами РФ о поправках к Конституции РФ от 30.12.2008 г. № 6-ФКЗ, от 30.12.2008 г. № 7-ФКЗ, от 05.02.2014 г. № 2-ФКЗ, с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01 июля 2020 г.) // СЗ РФ. – 2014. – № 31. – Ст. 4398.
2. Федеральный закон от 24 июля 1998 № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 1998. – № 31. – Ст. 3802.
3. ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» // СЗ РФ. – 1996. – № 49. – Ст. 5491.
4. Модельный закон о детском и юношеском туризме (Принят в г. Санкт-Петербурге 04.12.2004 Постановлением 24-12 на 24-ом пленарном заседании Межпарламентской Ассамблеи государств-участников СНГ) // Информационный бюллетень. Межпарламентская Ассамблея государств-участников Содружества Независимых Государств. – 2005. – №35 (часть 2). – С. 196-207.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ И ПРИКЛАДНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА

Петренко Никита Евгеньевич

ФГБОУ ВО «Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», г. Новосибирск, Россия
канд. экон. наук., доцент кафедры Бизнеса в сфере услуг
630099, Россия, г. Новосибирск, ул. Каменская 52/1
Тел: 8(383)246-95-15
E-mail: n.e.petrenko@edu.nsuem.ru

Abstract. The article reveals the theoretical foundations and highlights practical approaches to the organization of inclusive tourism services; identifies targeted tourist segments of consumers; formulates the fundamental principles of creating an accessible environment for the development of inclusive tourism. Examples of countries that pay serious attention to the development of tourism for people with disabilities are: Great Britain, Spain, Japan. The position is substantiated that in the

territory of the Russian Federation, this type of tourism needs serious state support, public and private investments.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, принципы, люди с ОВЗ, реабилитация, социализация, инфраструктура.

Keywords: inclusive tourism, principles, people with disabilities, rehabilitation, socialization, infrastructure.

Согласно документам Всемирной туристской организации (ЮНВТО), инклюзивный туризм – это форма туризма, которая включает в себя процесс сотрудничества между различными участниками сферы туризма, который позволяет людям с особыми потребностями и ограниченной мобильностью, визуальными, слуховыми и когнитивными отклонениями, на равных условиях с чувством собственного достоинства через предоставление универсальных туристических продуктов, услуг и доступной среды.

Инклюзивный туризм подразумевает, что все путешественники могут использовать туристические услуги без ограничений, не прибегая к помощи других людей, на равных условиях.

— Одним из основополагающих международных, правовых актов, где зафиксированы права инвалидов, является конвенция ООН, согласно которой доступность определяется равным доступом к транспорту, инфраструктуре, средствам информации и связи, а также другим объектам, предназначенным для использования местного населения. Современный инклюзивный туризм направлен на несколько групп потенциальных потребителей. Это, прежде всего лица с инвалидностью, с временными проблемами с здоровья, люди нестандартного (малых или больших) размеров и роста, пожилые люди, родители с маленькими детьми, беременные женщины и т.д. [1]

Главный принцип реализации инклюзивного туризма заключается в универсальном архитектурно-строительном подходе, который удобен всем категориям туристов и учитывает их особые потребности. Более 30 лет назад архитектором – колясочником Роном Мейсоном и его коллегами из Северной Каролины были сформулированы основные принципы универсального дизайна. К ним относятся: комфорт и доступность использования, простота и интуитивность, универсальность использования, допустимость нестандартных форм, максимальная доступность информации, незначительные физические усилия и наличие необходимого размера пространств.

Данные принципы стали основополагающими для организации инклюзивных туров, формирования доступной среды и развития инклюзивного туризма во всём мире [6].

Приведем несколько примеров универсального архитектурно-строительного подхода:

1. Информационные таблички и знаки, написанные контрастным, хорошо различимым шрифтом.

2. Ширина дверей не меньше 85 сантиметров, пороги не больше 2 сантиметров, нет необходимости подниматься по ступенькам.

3. Ширина городских дорожек и аллей – не меньше 180 сантиметров. Это позволяет людям идти в разных направлениях, а также двигаться рядом пешеходу и человеку в инвалидной коляске.

4. Все нужные бытовые объекты (выключатели, ручки, розетки) находятся не выше 120 и не ниже 40 сантиметров, так что до них можно достать стоя или сидя.

5. Чтобы попасть в автобус или поезд, не нужно подниматься по ступенькам.

6. Пространства хорошо освещены, переходы между разными пространствами обозначены контрастными цветами и текстурами. Пешеходные переходы ясно обозначены, на них есть световые и звуковые сигналы.

7. Доступность информации: экскурсии на языке жестов, музеи, адаптированные для слабовидящих или слабослышащих людей [2].

Туризм помогает в реабилитации людям с ограниченными возможностями, включает в себя познавательный процесс и способствует социализации.

Как правило, к основным проблемам жизнедеятельности людей с ОВЗ относят:

- социализацию (разработка новых методов управления личностью людей с ОВЗ в обществе);
- рекреацию и реабилитацию (восстановление здоровья и жизненных сил);
- коммуникацию (общение, передвижение в геокультурном пространстве);
- жизнеобеспечение (реабилитация и внедрение в общество на основе создания равных возможностей для самореализации).

В связи с тем, что одной из основных целей инклюзивного туризма является максимальная социализация и реабилитация, в основе его реализации лежат определённые базовые формы реабилитации туристов:

1. Профилактика нестандартных психологических состояний, психо-эмоциональная разгрузка.
2. Двигательная активность, для повышения физической и психологической устойчивости человека.
3. Интеграция людей с особенностями здоровья в социум.
4. Налаживание социальных коммуникаций.
5. Расширение геокультурного кругозора туриста.
6. Реализация научно-познавательной функции личности.
7. Воспитательное воздействие.
8. Активизация положительного психоэмоционального настроения.

Специалисты выделяют 4 основных барьера для развития инклюзивного туризма:

1. Инфраструктура
2. Информация
3. Законодательство
4. Финансы

Затраты на обеспечение доступности зачастую преувеличены. Например, если изначально строить здание универсально доступным, то затраты на строительство увеличатся менее чем на 0,1%.

5. Отношение к людям с инвалидностью со стороны обслуживающего персонала.

В 2006 году была организована некоммерческая организация European Network for Accessible Tourism (ENAT) (Европейская сеть доступного туризма), направленная на то, чтобы сделать европейские туристические направления, продукты и услуги доступными для всех путешественников и продвигать доступный туризм во всем мире. Организация предоставляет платформу для тех, кто поддерживает доступность в туризме, и дает представление для национальных и европейских учреждений, действия, которые оказывают влияние на туристический сектор.

ENAT продвигает данный вид туризма как средство борьбы с дискриминацией в отношении людей с ОВЗ, через реализацию следующих функций:

1. Работает над развитием знаний и опыта по вопросам доступности в сфере европейского туризма.
2. Поддерживает разработку и распространение соответствующей политики и практики.
3. Способствует широкой осведомленности и пониманию необходимости обеспечения доступности.
4. Объединяет участников туристической сферы для обмена опытом, обучения и сотрудничества.

Многие европейские страны стремятся сделать свои города доступными для людей с ограниченными возможностями. Эксперты в области строительства видят Великобританию одной из наиболее адаптированных стран для жизнедеятельности маломобильного населения.

В этой стране все городские автобусы имеют специальные платформы, которые позволяют без проблем подняться в салон. Пешеходные дорожки, переходы, железнодорожные платформы имеют «осязаемое покрытие» для слепых и слабовидящих

людей. Оно представляет собой текстурированное покрытие, предостерегающее о проемах и спусках. Также в музеях есть специальные экскурсии для людей с ОВЗ [7].

На территории страны работает отдельный специализированный туроператор «Tourism for all» («Туризм для всех»). Который предлагает туры в различные страны мира – Данию, Францию, Египет, Норвегию, Испанию, Намибию, Кению и т.д., кемпинг для инвалидов на колясках, речные круизы в Германии [8].

Под этим же названием в Великобритании действует независимая национальная благотворительная организация. «Tourism for all» (TFA), которая была образована в 2004 году в результате слияния трех организаций: IndividuALL, Консорциума туризма для всех и Holiday Care.

Кроме того, в период подготовки и организации зимних олимпийских и параолимпийских игр в Сочи в 2014 году, именно специалисты из Великобритании консультировали и передавали опыт создания без барьерной среды на спортивных соревнованиях в своей стране. С этой целью в 2013 году между Россией и Великобританией был подписан меморандум о сотрудничестве, в рамках которого был предусмотрен проект по обмену опытом организации спортивных соревнований с участием болельщиков и спортсменов с ОВЗ.

Германия начала решать проблемы с формированием доступной среды после Второй мировой войны. Согласно Конституции Берлина, люди с инвалидностью не должны быть ущемлены, именно государство должно создать и обеспечить максимально равные условия жизнедеятельности для всех членов общества, включая людей с инвалидностью. Это постулат стал основой для принятия закона, обеспечивающего равноправие лиц без ограничений дееспособности и лиц с ограниченной дееспособностью (закон принят 17 мая 1990 года) [7].

Развитая система толерантного отношения к лицам с дополнительными потребностями создана и действует в Финляндии, где внедрена система реабилитации, охватывающая целый ряд отраслей: здравоохранение, социальной защиты и страхования, образования и занятости, при этом государство компенсирует некоторую часть расходов представителям маломобильных групп населения и инвалидам. [7]

Одним из «продвинутых» с точки зрения развития инклюзивного туризма в Финляндии является регион Порвоо, где функционирует сразу несколько туристических фирм, формирующих турпакеты и предлагающих услуги в сфере водного туризма на прогулочных катерах для лиц на инвалидных колясках. [6]

Серьезное внимание развитию инклюзивного туризма уделяется в Испании. В частности, высокой популярностью пользуется сайт Accessible Tourism (Доступный туризм), который содержащий детальную, достоверную информацию о 20 туристских маршрутах, которыми могут воспользоваться люди с ограниченными возможностями, т.к. на этих маршрутах созданы все необходимые условия для их комфортного пребывания.

В Японии инвалиды воспринимаются не как люди с ограниченными возможностями, а как люди с дополнительными потребностями.

Большая статья расходов государственного бюджета в Японии направлена на здравоохранение. В стране существует закон, обязывающий организации создавать доступную среду для инвалидов и иметь в рабочем штате представителей данной категории населения.

Если в ряде зарубежных стран инклюзивный туризм достаточно развит, то на территории Российской Федерации подобный вид туризма мало распространен. Несмотря на это, в последние годы инклюзивному туризму уделяется повышенное внимание на государственном и региональном уровнях.

Реализация прав на отдых людей с ограниченными возможностями здоровья и обеспечение доступности инклюзивного туризма заложена в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства». Проект предусматривает решение вопросов повышения

доступности туристских услуг, развитие туристской инфраструктуры, совершенствование системы управления в туризме, которые представлены в виде Федеральных проектов.

Кроме того, в «Стратегии развития туризма в Российской Федерации рассчитанной до 2035 года», содержится комплекс мер направленных на поступательное развитие инклюзивного туризма.

Сегодня среди крупных туристических организаций, которые реализуют социально-ориентированные проекты по инклюзивному туризму можно назвать ООО «Liberty» в Санкт-Петербурге. Компания с 2004 года на туристическом рынке и занимается предоставлением туристических услуг людям с нарушением зрения и опорно-двигательного аппарата и адаптацией достопримечательностей для данной категории туристов.

Кроме Санкт-Петербурга туроператор предлагает туры в Москву, Казань, Калининград и другие города России. Помимо этого, компания предоставляет онлайн-курс «Как создать грамотный тур для путешественников на инвалидных колясках и освоить новый сегмент».

Развитием инклюзивного туризма занимается Московская туристская фирма ООО «Парилис-Инватур», которая также плодотворно сотрудничает с благотворительным фондом «Парилис». Она занимается разработкой и продвижением экскурсионных маршрутов для инвалидов и лиц с ОВЗ, гарантируя их доступность и комфорт. В рамках туристических услуг предоставляются музыкальное сопровождение, макеты для представления через тактильное ощущение. Туристам с нарушением слуха предоставляются экскурсоводы, владеющие языком жестов, либо сопровождающие переводчики.

Кроме того, в России функционирует АНО «Национальный центр туризма для инвалидов» (г. Москва). Деятельность которого сосредоточена на реабилитации и социальной интеграции инвалидов с помощью различных экскурсий, на адаптации лиц с ОВЗ в социуме, на оказании помощи в реализации их индивидуального потенциала, талантов, творческих способностей.

В целом, учитывая опыт реализации инклюзивного туризма в ряде развитых стран мира, целесообразно, перенимая положительный опыт, адаптируя имеющиеся методики и технологии, отечественным туристским компаниям приложить необходимые усилия для разработки адресных туристских продуктов используя доступную и комфортную среду как основу активизации туризма для людей с дополнительными потребностями.

Библиографический список:

1. Борисенко-Клепач Н.М. Инклюзивный туризм: что, как и зачем? [Электронный ресурс]. 2016. URL: https://www.disright.org/sites/default/files/source/03.04.2017/inklyuzivnyy_turizm_ru.pdf.
2. Гулина М. Что такое инклюзивный туризм [Электронный ресурс]. 2017. URL: <https://34travel.me/post/inclusive-tourism>.
3. Соколова Н.А. Международное правовое регулирование туризма [Электронный ресурс]. URL: https://tourlib.net/statti_tourism/sokolova.htm.
4. Маньшина Н. Россия без барьеров: туризм, доступный для всех – перспективы развития, экономическая выгода и социальная значимость [Электронный ресурс]. URL: <https://dr-manshina.blogspot.com>.
5. Декларация Сан-Марино по доступному туризму. UNWTO [Электронный ресурс]. URL: <https://dr-manshina.blogspot.com/2014/12/unwto.html>.
6. Белоусова Н.В. Зарубежный опыт популяризации инклюзивного реабилитационно-социального туризма [Электронный ресурс]. 2019. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/zarubezhnyy-opyt-populyarizatsii-inklyuzivnogo-reabilitatsionno-sotsialnogo-turizma>.
7. Альмухамедова О.А. Особенности развития инклюзивного туризма в мире: анализ мирового опыта формирования доступной среды для лиц с ограниченными возможностями здоровья / О.А. Альмухамедова, А.В. Ханина, М.В. Якименко // [Электронный ресурс]. 2023. - URL: <https://1economic.ru/lib/117194>.
8. Tourism for all [Электронный ресурс]. - URL: <https://tourismforall.eu/>

РОЛЬ ДЕТСКОГО ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

¹ Таушканова Александра Олеговна
² Курилова Елена Владимировна

¹ ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45
Тел. +7 (343) 283-11-07, факс +7 (343) 283-13-25
E-mail: 107@dettur.ru

² ФГБОУ ВО «Уральский государственный экономический университет»
Кандидат эконом. наук, доцент
620144, Россия, г. Екатеринбург, ул. 8 Марта/Народной Воли, д. 62/45
Тел. +7 (343) 283-11-07, факс +7 (343) 283-13-25
E-mail: elenak.64@mail.ru

Abstract: In this article we discuss the important connection between children's tourism and modern education, highlight the opinion of experts from both fields, emphasize the importance of children's tourism in the formation of a harmoniously developed personality.

Ключевые слова: образование, экскурсия, школьники, детский туризм, задачи экскурсии, социализация.

Keywords: education, excursion, schoolchildren, children's tourism, excursion tasks, socialization.

Одна из наиболее актуальных проблем в настоящее время в образовании – снижение желания и потеря интереса детей учиться, получать знания. У одних детей мотивация к учебному процессу исчезает, не успев появиться, у других – по разным причинам утрачивается со временем. Поэтому современному педагогу необходимо использовать в своей деятельности способы работы, которые усилят и стимулируют интерес к предмету, а также позволят детям получить уникальный опыт обучения за пределами класса.

Одним из самых мощных инструментов для обучения и развития ребенка можно назвать туризм. Детский (школьный) туризм способствует развитию независимости, уверенности в себе и социальных навыков. Школьники могут узнать из первых рук о различных культурах, достопримечательностях, памятниках, традициях и обычаях, гастрономии и языках. В процессе знакомства с ранее неизведанным, дети познают разные образы жизни, они видят различия между людьми и учатся уважать и ценить их. Этот веский урок поможет детям стать более терпимыми и принимать других в дальнейшей жизни. В совокупности образовательный процесс и туризм дают отличный результат в развитии и формировании личности подрастающего поколения.

На школьный (детский) туризм обращено пристальное внимание и со стороны Правительства страны. Например, периоды с 2018 по 2027 годы объявлены по инициативе Президента РФ Десятилетием детства. Одна из основных задач образовательного блока программы направлена на увеличение охвата детей разными формами туризма – до 2,2 миллиона участников к 2027 году. [1] А в Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года детский туризм вынесен в приоритетный вид туризма, для развития которого требуется формирование специальных мер государственной поддержки, снятие административных и социально-экономических ограничений развития. [2]

Во исполнение поручения Президента РФ от 11.10.12 с целью популяризации культурного наследия народов Российской Федерации и приобщения молодежи к истории и культуре России Министерством Культуры РФ реализуется Национальная программа детского культурно-познавательного туризма. Расходы, связанные с пребыванием учащихся и сопровождающих, оплачиваются за счет средств федерального бюджета.

Благодаря Национальной программе дети из разных регионов получили уникальный шанс посетить те уголки нашей страны, куда они бы никогда не приехали. Почувствовать мощь истории своей страны, уловить красоту и просторы, постичь, что такое гордость за свою Родину и навсегда запомнить подвиг дедов и прадедов. [3]

Что касается Свердловской области, в 2017 году на территории региона проходил маршрут «Урал – опорный край России» по Национальной программе Министерства Культуры РФ «Моя Россия». В маршрут были включены следующие объекты – музейный комплекс военной и гражданской техники УГМК, музеи Уралвагонзавода в Нижнем Тагиле, Наклонную башню Демидовых и гончарную мастерскую. За 2 месяца по этому маршруту проехало около 500 детей из Ленинградской, Московской, Ярославской областей, Республики Хакасия, Красноярского края, ЯНАО и ХМАО.

В 2018 г. Свердловская область входила в состав маршрута «Императорский маршрут» по Национальной программе Министерства Культуры РФ «Моя Россия». Более 700 школьников из разных регионов страны посетили Свердловскую область в рамках этой программы, познакомились с Храмом на Крови, мужским монастырем Ганина Яма, интерактивным парком «Россия - моя история», духовно-просветительским центром «Царский», Парком Сказов.

В 2015 году по поручению Губернатора Свердловской области Е.В. Куйвашева в Свердловской области был разработан комплексный проект в сфере развития детско-юношеского и образовательного туризма «Урал для школы», который предполагает интеграцию туристских маршрутов по Свердловской области в школьные образовательные программы. Проект разработан в целях закрепления полученных знаний в рамках образовательных программ, патриотического воспитания детей, эффективной организации содержательного отдыха и занятости молодого поколения.

Все понимают, что туристские поездки помогают формированию правильных жизненных ценностей у детей (здоровый образ жизни, активная жизненная позиция, любовь к труду и родному краю, важность изучения истории и географии родины). Родители, в свою очередь, ищут способы предоставить детям уникальный и образовательный опыт путешествий, который не только развлекает, но и учит окружающему миру. Туристская поездка для школьника – это настоящая яркая история, которая оставляет неизгладимое впечатление на долгое время, позволяет освоить новые навыки, получить новый опыт в общении, финансовой грамотности, самостоятельной жизни. Школьники получают практику в составлении бюджета, управлении временем, принятии решений.

В настоящее время педагоги школ подтверждают актуальность мыслей классиков образования. Педагог МАОУ СОШ с углубленным изучением отдельных предметов № 53 С. А. Самойлова отмечает, что содержание внешкольного воспитания имеет весьма сложный состав, и его усвоение школьниками требует не только классной, но и большой внеклассной работы. Одними из наиболее эффективных форм повышения интереса учащихся через внеклассную и внеурочную деятельность педагог называет экскурсии в музеи, культурные центры, походы по историческим местам, поездки по заповедным уголкам Урала.

Экскурсовод высшей категории с 40-летним стажем Галактионова А.П. подчеркивает: «Когда дети сами путешествуют, они не только могут читать в учебнике истории, они могут видеть артефакты, предметы старины, древнейшие экспонаты своими глазами и соприкоснуться с настоящей историей». Например, на тематической экскурсии "Помним всегда" школьники посещают Широкореченский военный мемориал (г. Екатеринбург), где в новые бронзовые барельефы влили настоящую медаль "За Победу над Германией", гильзы с мест боев на Курской дуге.

Экскурсии, грамотно составленные, имеют первостепенное значение в воспитании нашего подрастающего поколения, в их нравственном формировании и развитии. Кроме того, это единственный вид познания, который можно сочетать с отдыхом и интересными моментами для школьников.

В ходе поездок школьники не только знакомятся с историческими, литературными, культовыми памятниками нашей страны, но и учатся живому общению в разновозрастной

среде в нестандартных условиях. Для многих появляется уникальная возможность проявить свои человеческие качества, такие как доброта, отзывчивость и взаимопомощь, получить новый опыт и яркие впечатления. Все это позволяет школьнику лучше усвоить материал по географии, литературе, истории и пр.

Основные задачи школьной экскурсии/тура:

- познавать. Посещение достопримечательностей и музеев, походы, экскурсии классом позволяют лучше узнать школьникам историю, географию, литературу, традиции и обычаи разных народов. Кроме того, дети знакомятся с правилами поведения в музее, театре, автобусе, самолете, природе. Школьник познает модели поведения в разных ситуациях и совершенно уверено потом чувствует себя в обществе. Также детские путешествия развивают экологическое сознание - дети знакомятся с новой средой и экосистемами, познают природную красоту мира. Эти знания помогают им лучше понять важность сохранения окружающей среды и побуждают их вырабатывать устойчивые привычки. В дополнение к этим преимуществам детский туризм также может оказать положительное влияние на успеваемость детей. Когда дети путешествуют, у них есть возможность учиться на практике, что помогает им лучше понимать и запоминать информацию. Этот тип обучения может быть особенно полезен для детей, которые борются с традиционным обучением в классе. Детский туризм может способствовать академическому обучению, поскольку он дает реальные примеры теорий, преподаваемых в классе.

- развить личность. Важно показать ребенку, что свободное время можно проводить не за компьютерными играми и телефоном, а насыщенно, полезно и интересно. Многие педагоги после экскурсии дают детям творческое задание – подготовить отчет о поездке (рисунок, презентация, стихотворение, сочинение, фотоколлаж). Таким образом, ребенок закрепляет полученные знания и повышает свой творческий потенциал.

- физически оздоровиться, морально разгрузиться. Поездки помогают снять психологическое и эмоциональное напряжение, повышают физическую активность, укрепляют здоровье. Также в совместных путешествиях, при получении совместно пережитых эмоций укрепляются отношения школьников между собой, появляется дух единства, происходит сплочение коллектива. Отдельно хочется отметить, что во время туристских поездок/ нахождения в детском лагере ребенку приходится быть в ответе за свой выбор и свои действия — формируется способность к оценке своих поступков, чувство коллектива, разнообразные компетенции.

- социализироваться. Попав в необычную среду, ребенок испытывает стресс, необходимо время чтоб приспособиться. У школьника появляется больше самостоятельности и свободы, ему необходимо научиться выстраивать отношения со сверстниками, нести ответственность за свои поступки. Кроме того, ученик и учитель взаимодействуют друг с другом в нестандартных условиях. Такая ситуация дает педагогу возможность узнать интересы школьника, позволяет найти больше точек соприкосновения, улучшить общение друг с другом и поход педагога к образовательному процессу. Для многих детей поездки классом становятся главным событием учебного года.

Помимо пользы для детей, школьные экскурсии могут быть полезны и для учителей. Учителя могут использовать школьные экскурсии, чтобы улучшить свои уроки и представить реальные примеры концепций, которые они преподают в классе. Они также могут использовать школьные экскурсии, чтобы лучше узнать своих учеников и укрепить с ними отношения.

Для родителей детский туризм дает возможность качественно провести время с семьей и может стать отличным способом создать неизгладимые воспоминания. Вместе исследуя новые направления, семьи могут сблизиться и укрепить свои отношения. Путешествия также могут помочь снять стресс и отвлечься от повседневной рутины, позволяя родителям перезарядиться и вернуться к своей повседневной жизни, чувствуя себя отдохнувшими и помолодевшими.

Важно отметить, что детский отдых должен быть направлен не только на развлечения, также не стоит забывать про получение жизненного опыта, формирование правильных моральных ценностей, воспитание нравственности.

Детский туризм играет важную роль в современном образовании, предоставляя целостный опыт обучения, который дополняет обучение в классе. Это помогает детям развивать жизненные навыки, глобальные перспективы, экологическую осведомленность и академические знания. Школьные поездки являются ценным компонентом образования ребенка. Они дают детям возможность учиться вне класса, знакомиться с новой средой и развивать важные социальные и коммуникативные навыки. Однако важно отметить, что детский туризм и школьное образование должны дополнять друг друга, а не заменять друг друга. Хотя детский туризм может дать практический и практический опыт обучения, его не следует использовать в качестве замены школьному образованию.

Мы уверены, что в настоящее время необходимо оценивать не только баллы ОГЭ/ЕГЭ, но и уровень вовлеченности педагогов, школьников во внешкольную деятельность – всевозможные туристские поездки, экскурсии, проекты, которые будут помогать в формировании гармонично развитой личности с активной жизненной позицией.

Библиографический список:

1. План основных мероприятий, проводимых в рамках Десятилетия детства, на период до 2027 года, Правительство Российской Федерации от 23 января 2021 г. № 122.
2. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 год, Правительство Российской Федерации от 20 сентября 2019 г. № 2129-р
3. Каникулы.ру Портал о детском туризме. – URL: <https://kanikuli.ru/>

САНКЦИИ КАК ФАКТОР РАЗВИТИЯ ОТЕЧЕСТВЕННОГО СПОРТА И ПАТРИОТИЗМА

¹Чудновский Алексей Данилович

²Коростелев Олег Владимирович

¹ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

г. Москва, Рязанский проспект, 99

доктор экон. наук, профессор, заведующий кафедрой управления в международном бизнесе и индустрии туризма, директор Института управления персоналом, социальных и бизнес-коммуникаций

E-mail: chudnovskiy@guu.ru

²ФГБОУ ВО «Государственный университет управления»

г. Москва, Рязанский проспект, 99

соискатель

E-mail: ov_korostelev@guu.ru

Abstract: The article is devoted to the development of domestic sports in the context of unprecedented sanctions against Russia, which is used as an instrument of political struggle in international relations contrary to all rules and regulations. The restrictions call into question the further development of international relations in the field of sports, which requires an urgent search for ways to develop Russian sports and support our athletes. The article deals with the problem of politicization in sports and the forms of its manifestation in modern conditions. The problems that resulted from the suspension of Russian athletes from participating in international competitions are formulated. Ways and options for the development of sports within the country, including on the basis of strengthening cooperation with friendly countries of the SCO, BRICS, CIS, are considered. It is concluded that sports in Russia continues to develop despite difficult times, and sanctions have caused a surge of patriotic feeling in wide circles of society.

Ключевые слова: спорт, российский спорт, патриотизм, санкции, политическая обстановка.

Keywords: sport, Russian sport, patriotism, sanctions, political situation.

Знаменитое высказывание барона Пьера де Кубертена о том, что «спорт вне политики» не нашло воплощения в реальной жизни. Это показала практика различных периодов.

В настоящее время данная фраза окончательно потеряла свою актуальность: с момента объявления о начале специальной военной операции российские спортсмены столкнулись с беспрецедентной системой ограничений, препятствующих их участию в международных спортивных соревнованиях. Ограничения не являются чем-то новым для спортсменов, однако интенсивность санкционного давления действительно приняла абсолютно новый уровень развития.

Возрождение Олимпийских игр в 1896 г. уже было связано с проявлениями противоречий разного характера (расовых, религиозных и национально-государственных). Примером может служить отказ американских спортсменов-протестантов участвовать в спортивных состязаниях в воскресенье (1900 г., Париж) или отказ на Лондонской Олимпиаде 1908 г. финской команды идти под российским флагом, что сегодня трактуется как политизированные действия [5]. Это одно из проявлений политизации. Другим проявлением является предвзятое судейство, которое наблюдалось в период развития Олимпийского движения.

Олимпиады неоднократно являлись полем для выражения политических ориентаций. Так, 1918-1939 гг. характеризуются применением санкций. Примером выступает отстранение Германии и её союзников от участия в Олимпиаде 1920 года (г. Антверпен) за развязывание Первой мировой войны [5]. Не была приглашена также и Советская Россия. Ответом стало бойкотирование Олимпийских игр со стороны СССР в период 1920-1940 гг. и проведение пролетарских спартакиад до 1952 года [5].

Кульминацией политизации спорта в XX в. считается бойкот США и их союзниками Московской Олимпиады 1980 г. в ответ на ввод советских войск в Афганистан и ставший ответным бойкот Олимпиады в Лос-Анджелесе 1984 г. со стороны социалистических государств [5].

Для написания статьи использованы аналитические данные о проведении спортивных мероприятий, информационные материалы, отчеты СНГ, ШОС, БРИКС по планированию и проведению спортивных мероприятий. При проведении исследования использованы методы обобщения, сравнения, статистические методы оценки.

История бойкотирования спортивных соревнований достаточно обширная. Это лишь некоторые примеры, одни из наиболее резонансных, позволяющие подтвердить, что проблема политизации спорта всегда имела место и особенно активно её формы проявляются в современных условиях.

В целом на развитие спорта влияют такие международно-политические факторы, как [5]:

- глобализация;
- вооруженные конфликты;
- коммерциализация отраслей;
- борьба за мировое и региональное лидерство;
- международный терроризм;
- и др.

Что наблюдается в XXI веке? Практика бойкотов международных соревнований изменилась. Снижается уровень представительства (например, на церемониях открытия не присутствуют главы государств), уменьшается количество спортсменов-участников и т. д., что подрывает имидж страны-организатора.

Изменяется роль международных спортивных организаций, которые стали более политизированными. Такие организации, как МОК, международные федерации по

различным видам спорта являются инициаторами отстранения сборных команд от участия в спортивных состязаниях.

Подрывают стабильность спортсменов такие ограничения, как невозможность выступать под национальным флагом. Использование национальной символики, звучание гимна России на церемонии — это великая гордость для спортсмена. Зачастую для спортсменов, у которых очень развито чувство патриотизма, эти мгновения важнее рекордов. Чувствуя ответственность перед гражданами своей страны, спортсмены стремятся проявить наивысшую степень патриотизма, демонстрируют своё физическое превосходство. Кроме того, наблюдая за победой спортсменов на соревнованиях, люди испытывают чувство единения, тем самым спорт воздействует на общественное сознание.

Санкции за применение допинга также носят политический оттенок: зачастую санкционные меры несправедливы и несопоставимы по тяжести, несмотря на равную степень доказанности, что выступает инструментом для выведения конкурентов из борьбы.

Как уже было отмечено ранее, военные решения правительства нашей страны привели к беспрецедентному санкционному режиму, нашедшему отражение в разных сферах жизни общества, в том числе в спорте, который переживает действительно непростые времена, ведь ещё до этого события несколько лет шли разбирательства с допинговыми историями.

Сборная Россия была отстранена от участия почти во всех международных соревнованиях вопреки правилам и регламентам. Но этот запрет выступает лишь символическим актом, который никаким образом не влияет на геополитическую обстановку. Кроме того, эти ограничения препятствуют и развитию спортивных достижений у спортсменов зарубежных стран. В этом и есть абсурдность принятых решений о запрете участия российских спортсменов в соревнованиях.

Всё-таки спорт призван быть объединяющим фактором между странами, а не инструментом политических манипуляций.

С какими проблемами сопряжено подобное отстранение?

Это подрывает перспективы развития спортсменов, так как на международных соревнованиях встречаются лучшие из лучших, что разжигает конкуренцию и стремление совершенствоваться. Также спортсмены лишаются возможности обмениваться опытом.

Ряд наших сборных готовились к соревновательному сезону на высококлассных зарубежных базах. Особенно это касается зимних видов спорта.

Кроме чемпионских титулов, спортсмены могли получать значительную денежную составляющую, что также стало проблемой для них, решение которой требует государственного вмешательства.

Наша страна оказалась отрезанной от значимой части мирового товарооборота, что в свою очередь стало ограничением в выборе спортивных товаров достойного качества.

Безусловно, санкции оказывают крайне негативное влияние. Однако есть и положительные проявления [4]. Например, появление стимула к развитию отечественного производства профессиональных спортивных товаров; отмечающийся рост интереса населения к спорту на фоне последних событий; рост востребованности ряда национальных баз; всплеск патриотизма.

В связи с рассмотренными обстоятельствами возникает объективная необходимость поиска путей преодоления сложившейся спортивно-политической ситуации, возможностей перестройки нашего спорта. Важно поддерживать спортсменов, которые испытывают психологическое давление; мотивировать их внутренними, внешними факторами или их комбинацией упорно тренироваться и быть в наилучшей форме; защищать их права [3; 6]. В настоящее время обсуждаются варианты и уже реализуются проекты, позволяющие развиваться в новой парадигме.

Кроме того, всей стране требуется:

— отладить инфраструктуру, в том числе обеспечить спортсменов хорошими залами для проведения эффективных тренировок, подобрать места, которые могли бы заменить прежние европейские курорты;

— развивать тренерские кадры;

- поддерживать национальных производителей путем, например, субсидирования, налоговых льгот;
- наладить взаимодействие бизнес-сообществ с государственными проектами по развитию спорта;
- компенсировать денежные потери, возникшие из-за санкций;
- найти способы финансирования крупнейших национальных турниров;
- увеличить объём освещения массового спорта в средствах массовой информации;
- продвигать Всероссийский физкультурно-спортивный комплекс ГТО;
- реализовывать прочие мероприятия, направленные на поддержку отечественного спорта.

Стоит отметить, что в России строятся дворцы спорта, стадионы и трассы для тренировок. Например, в Москве был открыт многофункциональный спортивный комплекс «Дворец гимнастики Ирины Винер-Усмановой», реконструирован центр уличных видов спорта. Активны в возведении новых стадионов и тренировочных баз и другие регионы страны (Краснодарский край, Калининградская, Московская, Новосибирская и Омская области, Санкт-Петербург, регионы Дальнего Востока). Кроме того, внимание уделяется и любительскому спорту, что отвечает концепции воспитания здоровой нации.

В условиях санкций необходимо укреплять сотрудничество с дружественными странами и насыщать программы внутренних мероприятий, увеличивать количество всероссийских и межрегиональных соревнований в профессиональном и массовом спорте, расширять собственные возможности, создавать зрелищные шоу, чтобы сохранить соревновательную активность и уровень конкурентоспособности. Так, в 2022 году, по данным Министерства спорта РФ, на территории нашей страны в соревнованиях приняли участие более 2 миллионов российских спортсменов, а также представители спортивных делегаций из 30 зарубежных стран.

Была возрождена Всероссийская Спартакиада между субъектами РФ по летним видам спорта, которая помогает и усилить внутреннюю конкуренцию, и оценить спортивный резерв страны.

Российские спортсмены участвуют не только во внутренних соревнованиях, но и участвуют в состязаниях, проходящих за пределами страны. Примером может выступить участие на зимних Российско-китайских играх, на турнире «Большого шлема» по дзюдо в Монголии и др.

Рассматривая взаимодействие с иностранными коллегами, следует отметить усиление работы со странами ШОС, БРИКС, СНГ.

В рамках заседания Совета министров иностранных дел стран Шанхайской организации сотрудничества (ШОС), прошедшего в мае 2023 года, было озвучено предложение о создании спортивной ассоциации, что, с одной стороны, поможет устранить монополию Запада в спорте, с другой стороны, расширит функционал ШОС. Такая спортивная ассоциация даст российским спортсменам возможность снова выступать на международных соревнованиях. Министр спорта Российской Федерации предложил провести в 2024 году в России спортивные Игры стран БРИКС, так как текущая ситуация требует усиления спортивной повестки в рамках межгосударственных объединений (СНГ, ШОС, БРИКС).

Беспрецедентные санкционные меры оказали отрицательное влияние на отечественный спорт. Несмотря на трудности, российский спорт продолжает жить, а санкции повлекли всплеск патриотического чувства в широких кругах общества [2]. Мотивация российских спортсменов обусловлена развитым чувством патриотизма. Именно спорт в силу своей специфики выступает основой формирования патриотизма, не ограничиваясь развитием исключительно физических качеств. Он тесно связан с воспитанием общей культуры человека.

С учетом глобальных внешних вызовов необходимо формировать у современной молодежи верность конституционному и воинскому долгу в условиях как мирного, так и

военного времени; ответственность и дисциплинированность; готовность к большим физическим и психическим нагрузкам.

Залог национальной безопасности – сильная, развитая телом и духом молодежь, поэтому возникает необходимость безотлагательного поиска путей решения в самое ближайшее время, учитывая, что у российского спорта есть пространство для развития [1]. Привлечение населения к спорту – это доказательство жизнеспособности и духовной силы нации, а также основа консолидации общества и укрепления государства.

Библиографический список:

1. Белов М. С. Культура отмены российского спорта: от принципов олимпизма к спортивному патриотизму / М. С. Белов, П. А. Кисляков, Е. А. Шмелева // Атомная энергия спорта в научно-образовательных, рекреационных и социальных экосистемах: Материалы национальной научно-практической конференции, Иваново, 17 ноября 2022 года. – Иваново: Ивановский государственный энергетический университет им. В.И. Ленина, 2023. – С. 9-12.

2. Зубков А.Е. Эмоциональное отношение к антироссийским санкциям как выражение патриотизма спортивным сообществом / А.Е. Зубков, Е.М. Ноговицина // Вестник ПГГПУ. Серия № 3. Гуманитарные и общественные науки, 2021. - № 2. - С.83-87.

3. Кузьменко Г.А. Перспективы поддержки и совершенствования спортсменов в условиях вынужденной изоляции российского спорта: анализ суждений юных атлетов / Г.А. Кузьменко, Т.К. Ким // Педагогико-психологические и медико-биологические проблемы физической культуры и спорта, 2022. - № 17(4). - С. 39-44.

4. Машковцева А. О. Российский спорт в условиях современной политической обстановки / А. О. Машковцева, А. С. Попов // Тенденции развития физической культуры и спорта в современных условиях: Сборник докладов XV Международной научно-практической конференции, Москва, 09–10 июня 2022 года. – Москва: Национальный исследовательский Московский государственный строительный университет, 2022. – С. 204-207.

5. Уколова И. П. Актуальные проявления политизации спорта в международно-политических условиях начала XXI в / И. П. Уколова // Материалы итоговой научно-практической конференции профессорско-преподавательского состава Национального государственного Университета физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, за 2020 г., посвященной 125-летию Университета, Санкт-Петербург, 30 марта – 29 2021 года / Министерство спорта Российской Федерации, Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта. Том Часть 1. – Санкт-Петербург: Национальный государственный Университет физической культуры, спорта и здоровья им. П.Ф. Лесгафта, Санкт-Петербург, 2021. – С. 210-216.

6. Чжу Ц. Выработка механизмов повышения мотивации у российских спортсменов в условиях международных санкций / Ц. Чжу // Психология. Историко-критические обзоры и современные исследования. – 2022. – Т. 11. - № 4-1. – С. 366-373.

ИНКЛЮЗИВНЫЙ ТУРИЗМ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ: ОПЫТ ЮЖНОГО ФЕДЕРАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА

¹Якименко Марианна Владимировна

²Ханина Анна Владимировна

¹ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону, Россия
канд. экон. наук, зав. кафедрой технологий управления в индустрии туризма
344019, Россия, Ростовская обл., Ростов-на-Дону, ул. 23-я Линия, 43
Тел.: 8(988)5145950
E-mail: mvyakimenko@sfnu.ru, yakimenko.m@mail.ru

²ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет», г. Ростов-на-Дону, Россия
 канд. экон. наук, доц. кафедры технологий управления в индустрии туризма
 344019, Россия, Ростовская обл., Ростов-на-Дону, ул. 23-я Линия, 43
 Тел.: 8(918)5304144
 E-mail: ahanina@sfedu.ru

Abstract. The publication presents the main results on the formation of the educational process in the direction «Tourism» at the Southern Federal University in terms of studying «inclusive tourism».

Ключевые слова: туризм, инклюзивный туризм, доступный туризм, образование, Южный федеральный университет.

Keywords: tourism, inclusive tourism, accessible tourism, education, Southern Federal University.

Согласно данным Министерства науки и высшего образования РФ в 2022 г. на программы бакалавриата и магистратуры по направлению «Туризм» было подано заявлений на обучение за счет бюджетных ассигнований в государственные и муниципальные образовательные учреждения соответственно 25380 и 3735 заявлений. В результате было принято 3877 чел. на программы бакалавриата и 1348 чел. на программы магистратуры.

Статистика по общему количеству поданных заявлений и принятых на обучение по программам бакалавриата и магистратуры всех образовательных учреждений страны представлена на рис. 1.

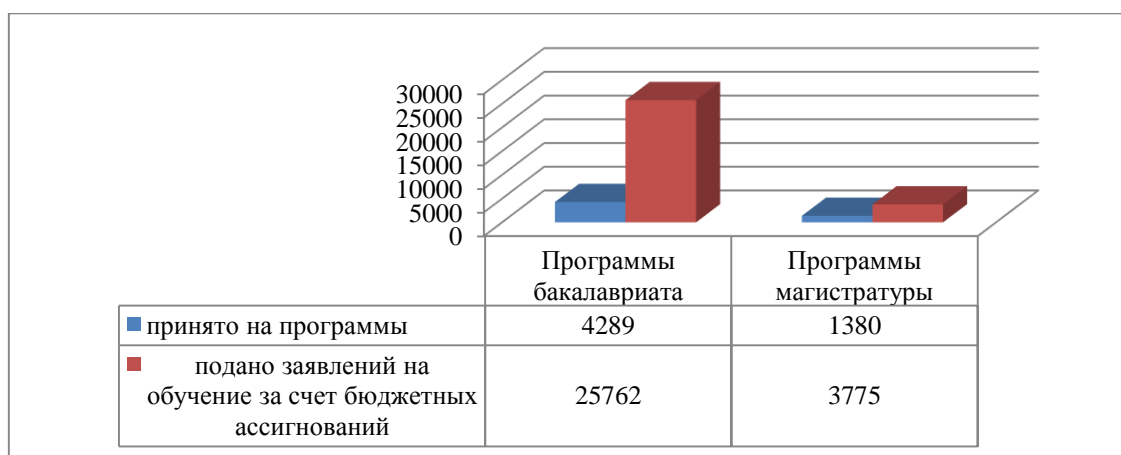


Рисунок 1. Статистика приема на программы направления «Туризм» в 2022 г.

Таким образом, на одного зачисленного на программу бакалавриата по направлению «Туризм» приходилось 6 заявлений в рамках приемной кампании 2022 г., и 2,7 заявлений по программам магистратуры.

Можно сделать вывод, что у абитуриентов есть заинтересованность в обучении по данному направлению подготовки, что, прежде всего, обусловлено повышением спроса на услуги и продукты предприятий отечественной туристической индустрии.

В Южном федеральном университете подготовку специалистов по направлению Туризм (43.03.02 и 43.04.04) в настоящее время осуществляет Институт туризма, сервиса и креативных индустрий (до переименования в 2023 г. - Высшая школа бизнеса).

Образовательный процесс в рамках рассматриваемого направления подготовки всегда предусматривал изучение технологий организации специализированных видов туризма.

Принимая во внимание значимость и востребованность подготовки кадров для работы с туристами с ограниченными возможностями здоровья, в учебный план магистратуры (сетевая программа «Цифровые технологии в индустрии туризма и гостеприимства»),

которая реализуется совместно с Сочинским государственным университетом) была введены дисциплина – «Инклюзивный туризм: технология и организация турпродукта».

В рамках дисциплины, которая реализуется при участии экспертов профессионального сообщества, предусмотрено изучение:

- российской и международной нормативно-правовой базы, регулирующей развитие инклюзивного (доступного) туризма,
- технологий организация туристского продукта для туристов с ограниченными возможностями здоровья,
- опыт российских регионов и зарубежных стран при организации инклюзивных маршрутов и обеспечении доступности объектов туристской индустрии.

В процессе обучения студенты проводят, под руководством экспертов профессионального сообщества, полевые исследования и оценку доступности туристских объектов г. Ростова-на-Дону, формируя базу данных, необходимую для развития инклюзивного туризма.

Значимым достижением и возможностью тиражировать накопленные знания по вопросам инклюзивного туризма стало для коллектива ученых Южного федерального университета получение гранта для преподавателей магистратуры 2022/2023 гг. Стипендиальной программы Владимира Потанина. Была поддержана заявка на разработку нового учебного онлайн курса «Развитие инклюзивного туризма: особенности формирования доступной среды». К апрелю 2024 г. этот курс будет доступен для включения в образовательный процесс или индивидуального изучения любому заинтересованному лицу.

В настоящее время подходит к завершению работа над учебным пособием «Организация инклюзивного туризма», которое будет включать разделы, посвящённые современному состоянию инклюзивного туризма в российской и зарубежной практике, различным составляющим формирования доступной среды для туристов с ограниченными возможностями здоровья.

Таким образом, можно говорить, что сформирован учебно-методический задел, который в полной мере обеспечивает процесс освоения дисциплины «Инклюзивный туризм: технология и организация турпродукта».

Придавая большое значение, при организации образовательного процесса, проектной деятельности, для студентов бакалавриата 2 и 3 курса в 2022/2023 гг. были сформированы темы проектов, которые были направлены на разработку инклюзивных туристских маршрутов.

В результате были разработаны и презентованы проекты маршрутов, часть из которых представляет собой доступные в настоящее время для посещения туристами с ограниченными возможностями здоровья объекты показа Ростовской области.

Также были разработаны проекты маршрутов, которые требуют адаптации под потребности туристов с ограниченными возможностями здоровья. Для этого студентами была проведена оценка доступности объектов туристского показа в соответствии с Методическими рекомендациями Ростуризма и определена совокупность необходимых для внесения изменений.

Еще одним примером реализации проектной деятельности для студентов по вопросам развития инклюзивного туризма является организация студенческих смен.

В 2022 г. для популяризации инклюзивного волонтерства в молодежной среде для студентов российских вузов сетью Ресурсных учебно-методических центров по обучению инвалидов и лиц с ОВЗ впервые была проведена Общероссийская студенческая смена по инклюзивному волонтерству и инклюзивному туризму.

В проекте приняла участие молодежь из 74 субъектов и только 80 человек прошли конкурсный отбор на практикоориентированное обучение в г. Пятигорск, где операторами смены выступили два университета - Северо-Кавказский федеральный университет и Южный федеральный университет.

В рамках смены был проведен мастер-класса по технологиям организации инклюзивного туризма, который стал основой для участников смены при разработке своих маршрутов для туристов с ограниченными возможностями здоровья.

Немаловажным, в рамках организации образовательного процесса, является ориентация обучающихся на проведение научных исследований.

Опыт Южного федерального университета и, конкретно Института туризма, сервиса и креативных индустрий (Высшая школа бизнеса), в рамках исследования вопросов развития инклюзивного туризма за последнее время был сформирован посредством проведения ряда мероприятий.

Прежде всего, это организация и проведение в рамках VI Международной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Современные проблемы и технологии в сфере туризма, гостиничного дела, сервиса: российский и зарубежный опыт» отдельной секции «География российского инклюзивного туризма и технологии его развития», которая состоялась в Южном федеральном университете в апреле 2023 г. в Ростове-на-Дону. В результате было подано 19 заявок от студентов на участие в работе секции из 4 российских регионов, что позволяет говорить об актуальности данного научного направления, учитывая, что секция была сформирована впервые.

Кроме этого, в рамках проектно-образовательного интенсива SfeduNet 6.0, который реализуется Южным федеральным университетом, и направлен на поддержку стартапов различной направленности, в том числе технологического предпринимательства, был реализован проект по разработке прототипа онлайн-агрегатора «Доверься», предназначенного для проведения оценки доступности туристских объектов для людей с ОВЗ.

Разработанный прототип онлайн-агрегатора предусматривает функционирование в качестве мобильного приложения, доступного для использования, как экспертами по оценке безбарьерной среды на туристском объекте (что значительно облегчит их работу, которая проводится с использованием бумажных чек-листов), так и туристами с ОВЗ для поиска адаптированных маршрутов или доступных мест посещения.

Кроме этого, за последний год студенты, обучающиеся на направлении «Туризм», приняли участие в ряде профессиональных конкурсов, которые также связаны с развитием инклюзивного туризма в стране, в том числе:

- региональный конкурс студенческий проектов «Я в профессии», номинация «Инклюзивный туризм: социализация и адаптация людей с ОВЗ»;
- всероссийский конкурс «Моя страна – моя Россия», номинация «Моя гостеприимная Россия»;
- участие в отборе во 2-й Общероссийской студенческой смене по инклюзивному волонтерству и инклюзивному туризму;
- и т.д.

Подводя итог, можно выделить ряд ключевых аспектов.

Прежде всего, востребованность развития инклюзивного туризма в российской практике в настоящее время определяется не просто необходимостью выполнения положений ратифицированной в России Конвенции о правах инвалидов или федерального закона «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации», а, прежде всего, данными статистики. Так, согласно данным Фонда пенсионного и социального страхования Российской Федерации, на конец 2022 г. численность инвалидов в России составила 10932620 чел. (по состоянию на 2021 г. - 11330574 чел.), что означает, что доля инвалидизация населения составила на дату исследования – 7,5%. При этом речь идет только о людях, инвалидность которых подтверждена официально, в то время как туристов с ограниченными возможностями здоровья (без официального статуса «инвалид») гораздо больше, и все они должны быть обеспечены неограниченным доступом к туристским услугам и объектам.

Кроме этого, направление «Туризм» в современных условиях востребовано у абитуриентов, планирующих получить высшее образование. Можно прогнозировать спрос

на данное направление в будущем, учитывая переориентацию туристского потока на внутренние направления.

В свою очередь, представленные результаты организации учебного процесса по направлению «Туризм», с точки зрения изучения вопросов развития инклюзивного туризма, уже позволяют говорить, что в Южном федеральном университете сформировано образовательное пространство, интегрирующее учебно-методическую, проектную и научно-исследовательскую составляющие, которые способствуют освоению студентами необходимых компетенций и раскрытию своего творческого потенциала.

Библиографический список:

1. Федеральный закон от 03.05.2012 г. № 46-ФЗ «О ратификации Конвенции о правах инвалидов».
2. Федеральный закон от 24.11.1995 г. № 181-ФЗ «О социальной защите инвалидов в Российской Федерации» (ред. от 28.12.2022 г. № 569-ФЗ).
3. Официальный сайт Министерства науки и высшего образования РФ. <https://minobrnauki.gov.ru/> (дата обращения 09.05.2023).

Научное издание

**ОЛИМПИЙСКОЕ НАСЛЕДИЕ И КРУПНОМАСШТАБНЫЕ МЕРОПРИЯТИЯ:
ВЛИЯНИЕ НА ЭКОНОМИКУ, ЭКОЛОГИЮ И СОЦИОКУЛЬТУРНУЮ СФЕРУ
ПРИНИМАЮЩИХ ДЕСТИНАЦИЙ**

Материалы
XIV Международной научно-практической конференции
в рамках международного туристского форума
«ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭКОНОМИКИ И СОЦИАЛЬНО-КУЛЬТУРНОЙ СФЕРЫ
ТУРИСТСКИХ ДЕСТИНАЦИЙ В ЭПОХУ ГЛОБАЛЬНЫХ КРИЗИСОВ»
(18–20 мая 2023 года)

В авторской редакции

Подписано в печать 10.07.2023.
Формат 29,7×42/4. Бумага офсетная.
Печать трафаретная. Гарнитура Times New Roman.
Уч.-изд. л. 25,3. Усл. печ. л. 18,8.
Тираж 500 экз.

Редакционно-издательский центр ФГБОУ ВО «СГУ».
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94. Тел. 268-25-73.
Отпечатано с готового оригинал-макета в типографии РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ».
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94.