



ФГБОУ ВО «ХЕРСОНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ И ПРАВА



КАФЕДРА МЕНЕДЖМЕНТА,
СЕРВИСА И ТУРИЗМА

СБОРНИК СТАТЕЙ

Всероссийской научно-
практической конференции
с международным участием

«ТУРИЗМ, СЕРВИС
И ГОСТЕПРИИМСТВО:
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ»



23 - 29 СЕНТЯБРЯ 2024 ГОДА



МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХЕРСОНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

**ТУРИЗМ, СЕРВИС
И ГОСТЕПРИИМСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ
РАЗВИТИЯ**

Сборник статей

Всероссийской научно-практической конференции
с международным участием

ЯЛТА, 23-29 сентября 2024 г.

2024

УДК 338.4

ББК 65.2/65.4

Т 87

Редакционная коллегия:

Шашкова Н.И., доктор экономических наук, профессор, и.о. ректора ФГБОУ ВО «Херсонский государственной педагогический университет»

Шушара Т.В., доктор педагогических наук, профессор, проректор по научной работе ФГБОУ ВО «Херсонский государственной педагогический университет»

Сергеева Е.А., кандидат экономических наук, доцент, зав кафедрой менеджмента, туризма, сервиса и гостеприимства ФГБОУ ВО «Херсонский государственной педагогический университет»

Фролова К.Н., технический редактор

Швец А.А., технический редактор, оформитель

Рецензенты:

Ахполова Виктория Борисовна - доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой менеджмента, маркетинга и туризма, факультета экономики и управления ФГБОУ ВО СОГУ им. К.Л. Хетагурова.

Шульга Марина Александровна - кандидат эконом. наук, доцент, директор Института управления и права ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

Туризм, сервис и гостеприимство: перспективы развития [Электронный ресурс]: сборник статей Всероссийской научно-практической конференции с международным участием / ред. Шашкова Н.И., Шушара Т.В., Сергеева Е.А., Фролова К.Н., Швец А.А. – Херсон: Херсонский гос.пед. ун-т, 2024. – 358 с.

ISBN 978-5-6052144-2-7

В сборник статей составлен по материалам Всероссийской научно-практической конференции с международным участием «Туризм, сервис и гостеприимство: перспективы развития». Статьи публикуются в авторской редакции. Мнение редколлегии может не совпадать с мнением и позицией авторов. Авторы статей несут полную ответственность за точность приводимой информации, цитат, ссылок.

УДК 338.4

ББК 65.2/65.4

ISBN 978-5-6052144-2-7

© ФГБОУ ВО «Херсонский
государственный педагогический
университет», 2024

СОДЕРЖАНИЕ

ОБЩИЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА, СЕРВИСА И ГОСТЕПРИИМСТВА

<i>Данилов Ю.Д., Морозова В.В.</i> Проблема оптимизации базового понятийного аппарата в классификации туристско-рекреационной деятельности.....	9
<i>Тимиргалеева Р.Р.</i> Цифровая трансформация туризма как инновационный фактор развития рынка туристских услуг.....	14
<i>Ахполова В.Б.</i> Роль системы образования в развитии туристско-рекреационного потенциала республик СКФО.....	18
<i>Чурилина И.Н.</i> Особенности подготовки кадров для инклюзивного туризма.....	25
<i>Дашковская О. Д.</i> Актуальные вопросы классификации туристских сайтов в рунете.....	27
<i>Уткина И. В.</i> Лингвотуризм как перспективное направление развития въездного туризма.....	32
<i>Рындач М.А. Синькова Л.В.</i> Проблемные точки и направления развития туризма в Республике Крым.....	35
<i>Букреев И.А.</i> Проблемы ресурсной асимметрии в стратегии развития туризма (на примере Республики Крым).....	41
<i>Санкова И.А., Сергеева Е.А.</i> Перспективы и риски развития туризма в Арктике.....	44

СЕКЦИЯ 1. ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА И РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ СЕРВИСА

<i>Медведкова И.И., Попова Н.А.</i> Контроль безопасности грибной продукции в общественном питании для индустрии гостеприимства.....	49
<i>Мануйлова О.С., Волина Е.А., Рындач М.А.</i> Обучение персонала в сфере гостеприимства – тренд или необходимость?.....	54
<i>Рыбакова Е.В., Гаязова Г.А., Рыбаков Д.Г.</i> Рекреационная инклюзия как средство обогащения сферы услуг, обеспечения прав маломобильных граждан и семей и привлечения дополнительных клиентских потоков.....	58
<i>Калининская М.А., Сергеева Е.А., Молодан Ю.В.</i> Инновационные подходы кредитования в системе качества банковского сервиса.....	64
<i>Глухов И.Ю. Гадзина Е.В.,</i> Современные тенденции в театральном искусстве и туризме.....	69
<i>Староскольская Е.А., Гурьева Е.И., Величко Г.М.</i> Перспективы развития спортивно-оздоровительной базы отдыха в городе Воронеж: проектирование, туризм и гостеприимство.....	72

<i>Сумзина О.С., Лукьянова Е.Ю.</i> Спа-отдых в Крыму: синтез инноваций, государственного управления и фармацевтических разработок.....	78
<i>Зотов Е.Д., Мамонтова И.Ю.</i> Значение финансовой поддержки в развитии субъектов Российской Федерации.....	83
<i>Наумович Ю.Н., Лукьянова Е.Ю.</i> Совершенствование предприятия в сфере строительного сервиса за счет применения проектов современных инноваций.....	88
<i>Китченко А.И., Лукьянова Е.Ю.</i> Использование современного ссп-ориентированного подхода к менеджменту на предприятии в сфере бизнес-сервиса.....	93
<i>Соколова А.Ю., Сергеева Е.А.</i> Формирование команды проекта в сфере недвижимости.....	97
<i>Журавлева Л.А., Лукьянова Е.Ю.</i> Особенности автоматизации бизнес-процессов в сфере бизнес-сервиса.....	100
<i>Рыжонкова Л.З., Лукьянова Е.Ю.</i> Автоматизация бизнес-процессов в сфере сервиса.....	106
<i>Юшин А.А., Лукьянова Е.Ю.</i> Совершенствование управления предприятиями в сфере производственного сервиса (на примере металлообрабатывающих предприятий).....	109
<i>Столяренко К.А., Рындач М.А.</i> Информационные технологии в контексте антикризисных мер поддержки сферы туризма и гостеприимства Республики Крым в условиях неопределённости.....	116
<i>Анисимова В.В.</i> Кемпинги и глэмпинги в Краснодарском крае: анализ функционирования, проблемы и перспективы развития.....	120
<i>Фисенко А.Д., Сергеева Е.А.</i> Внедрение технологий искусственного интеллекта и автоматизация рабочего процесса в создании выпускных альбомов.....	124
<i>Корнева Ю.В., Рындач М.А.</i> Современные проблемы развития гостиничного хозяйства Крыма.....	129
<i>Охременко А.М., Петрова А. С., Лукьянова Е.Ю.</i> Совершенствование процессов сервиса на предприятиях общественного питания за счет бережливого производства.....	133
<i>Горнякова Д.А., Лукьянова Е.Ю.</i> Формирование бизнес-процессов с помощью IT-технологий в бьюти-сервисе.....	140
<i>Зюбрева И.В., Сергеева Е.А.</i> Формирование и поддержание корпоративной культуры предприятий сферы сервиса недвижимости.....	143
<i>Калинина Е.В., Лукьянова Е.Ю.</i> Использование IT для проектирования и анализа бизнес-архитектуры предприятий в сфере образовательного сервиса.....	147
<i>Овчинникова Н.Е., Лукьянова Е.Ю.</i> Применение современных требований к качеству и ИТ на предприятии в сфере образовательного сервиса.....	151
<i>Азимова Ш.Т.</i> Тезис по итогам онлайн опроса «инклюзивность в секторе гостеприимства Узбекистана: взгляды руководства отелей».....	155
<i>Петрова А. С., Охременко А.М., Лукьянова Е.Ю.</i> CRM как средство совершенствования предприятий в сфере туристского сервиса.....	160

<i>Стойка Е.Р., Швец А.А., Сергеева Е.А.</i> Формирование сети мотелей для популяризации автомобильного туризма в Крыму.....	166
<i>Братчиков Д.С., Лукьянова Е.Ю.</i> Автоматизация бизнес-процессов современного предприятия в сфере производственного сервиса.....	173
<i>Романенко В.А., Стриженко А.В.</i> Имиджевое позиционирование гостиничного предприятия (на примере ООО «Деловой мир плюс»).....	177
<i>Гончарук В.В., Раевская Е.А.</i> Выбор метода оценки качества услуг в индустрии красоты как основа управляющего воздействия в области качества.....	183
<i>Киселева Р.Ф., Лазарева Е.И.</i> Актуальные проблемы компетенций управленческих кадров гостиничных предприятий в условиях кадрового голода индустрии гостеприимства. Трекинг гостиничного бизнеса.....	187
<i>Соколовская Е.А., Маслакова О.Ю.</i> Механизм формирования рынка сервисных услуг.....	193
<i>Чеботаева О.А., Арустамова Е.А., Никитина А.А., Чуприна А.Р.</i> Косплей как современная демонстрация костюма олицетворяющий образ персонажа.....	197

СЕКЦИЯ 2. ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ПОПУЛЯРНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА И ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ И СЕРВИСЕ

<i>Сергеева Е.А., Лукьянова Е.Ю., Сергеева Е.И.</i> Инновационные технологии. Как основа развития инклюзивного туризма в Крыму.....	202
<i>Фролова К.Н., Сергеева Е.А.</i> Внедрение компьютерных игр в образовательную программу студентов по менеджменту в сфере туризма.....	208
<i>Филоненко А.Ю., Боярчук Н. К.</i> Инновационные подходы к развитию культурного туризма в Крыму.....	212
<i>Бу-Матар Е. Г., Сергеева Е.А.</i> Роль культурного туризма в развитие международной туристской индустрии.....	217
<i>Salimgireeva E.A., Kushkhova S.R.</i> Problems and prospects of tourism development in the north caucasus.....	220
<i>Баскакова Д.С., Беркасова Л.В.</i> Анализ культурно-исторических ресурсов Республики Карелия.....	222
<i>Курилова Е.В.</i> Развитие туристских кластеров в Свердловской области.....	226
<i>Викулова Д.А., Андриянова И.Н.</i> Анализ культурно-исторических ресурсов Краснодарского края.....	229
<i>Вешнякова Л.Ю., Рындач М.А.</i> Современные формы организации туристической деятельности в регионе.....	234
<i>Евсеева М.Э., Никонова Т.В.</i> Современные формы организации экскурсионных маршрутов для глухих и слабослышащих людей.....	238
<i>Кошкарлова Ю.А.</i> Особенности отражения темы путешествий и туризма в кинематографе.....	242

<i>Мельникова Н. А.</i> Промышленно-деловой туризм Оренбургской области: развитие и формирование благоприятной эко-социальной среды.....	245
<i>Кудаярова Л. А., Сидорова О.В.</i> Тенденции цифровой трансформации рынка туризма.....	251
<i>Кузнецов Т.В.</i> Автоматизация бизнес-моделирования на предприятии в сфере образовательных услуг.....	255
<i>Лешкевич С.А.</i> Направления и перспективы развития туризма в Республике Крым и Севастополе.....	259
<i>Львова И.А., Беркасова Л.В.</i> Природно-рекреационные ресурсы Воронежской области.....	263
<i>Кузнецова А.Н.,</i> Развития детского оздоровительного туризма в гостиничном комплексе.....	266
<i>Лорен Э. В., Маркова К.Ю.</i> Событийный туризм как инструмент развития региона.....	271
<i>Николаенко Е.С., Рындач М.А.</i> Ключевые направления развития экологического туризма в Республике Крым.....	274
<i>Татаринцева В.С., Суханов П.М.</i> Управление качеством в сфере туризма на примере Воронежской области.....	278
<i>Алексеева Е. В.</i> Железнодорожный и автомобильный туризм как модный современный тренд в путешествиях.....	281
<i>Пшеничных К.П. Маслак Е.Н.</i> Тенденции развития культурно-досуговой деятельности в России.....	283
<i>Тищенко В. Н., Антонец В. Г.</i> Совершенствование рынка внутреннего туризма на основе развития туров выходного дня.....	289
<i>Чаплыгина А.И., Шалимов И.В.</i> Развитие сельского туризма как драйвер экономического роста и сохранения культурного наследия.....	295
<i>Архипкина А.М., Андриянова И.Н.</i> Детский туризм в Рязанской области.....	298
<i>Борисова О.В., Смирнова И. П.</i> Исследование рынка рыболовного туризма во Владивостоке.....	303
<i>Шестаков А.В., Жуков А. А., Казакова С.П.</i> Применение эко-психологического подхода в разработке событийного мероприятия.....	307
<i>Палий Н.С.</i> Тенденции развития туризма в новых условиях.....	312
<i>Ярыгина Ю.С., Беркасова Л.В.</i> Развитие туризма во Вьетнаме.....	315
<i>Королева О. В.</i> Роль туризма в углублении интеграционных процессов в ЕАЭС и расширении евразийского стратегического партнерства.....	318
<i>Швец А.А., Сергеева Е.А.</i> Потенциал и ключевые направления развития спелеологических заповедников Крыма.....	322
<i>Самчинская Я.Б., Линник Е. П., Алешов В. В.</i> Оптимизация бизнес-процесса управления информационными ресурсами компании.....	327
<i>Петрова Е. И., Линник Е. П.</i> Особенности применения цифровизации на занятиях по финансовой грамотности с использованием игровых технологий.....	331

<i>Орленко Е. В.</i> Роль государственной поддержки в развитии туристической отрасли.....	335
<i>Бражникова Л. Н., Мызников И. А.</i> Стратегические ориентиры государственного регулирования развития туризма в донецкой народной республике.....	340
<i>Россейкин Д. В., Лукьянова Е.Ю.</i> Специфика моделирования процессов на предприятиях в сфере бизнес-сервиса.....	345
<i>Мендельсон В. А.</i> Межкультурное взаимодействие иностранных туристов и местного населения в рамках историко-культурного и познавательного тура (на примере Республики Татарстан и г. Казань).....	350
<i>Хисматуллина Е.А.</i> Патриотический туризм: перспективы развития в Херсонской области.....	353
<i>Попова А.А., Кадыкова М.Н.</i> Перспективы формирования доступной среды для лиц с ограниченными возможностями слуха (на примере Ленинградской области).....	358

«ОБЩИЕ ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА, СЕРВИСА И ГОСТЕПРИИМСТВА»

УДК 338.48-53

Данилов Андрей Юрьевич,

SPIN-код: 5604-2037

магистр туризма, к.и.н, зав. кафедрой регионоведения и туризма
Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова

Морозова Вера Венедиктовна,

SPIN-код: 7882-1563

научный руководитель, к.г.н, доцент Академии МУБИНТ и кафедры регионоведения и
туризма Ярославского государственного университета им. П.Г. Демидова

ПРОБЛЕМА ОПТИМИЗАЦИИ БАЗОВОГО ПОНЯТИЙНОГО АППАРАТА В КЛАССИФИКАЦИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *виды туризма, циклы рекреационной деятельности, элементарные рекреационные занятия, функции рекреационной деятельности*

АННОТАЦИЯ. *Статья посвящена соотнесению понятий «виды туризма», «циклы рекреационной деятельности», «элементарные рекреационные занятия», «типы рекреационной деятельности». Авторы стараются установить взаимосвязь между данными научными конструктами и на основании этого предложить скорректировать существующий на данный подход к классификации видов туризма. Главная проблема, выявленная авторами в данной статье – отсутствие единых критериев и теоретико-методологической основы в определении видов туризма, что приводит к отсутствию системности в их вычленении и, соответственно, к снижению эффективности управления туризмом на различных уровнях.*

Danilov Andrey Yurievich,

SPIN code: 5604-2037

Master of Tourism, PhD, Head of the Department of Regional Studies and Tourism
Yaroslavl State University named after P.G. Demidov

Morozova Vera Venediktovna,

SPIN code: 7882-1563

PhD, Associate Professor of the MUBINT Academy and the Department of Regional Studies and
Tourism of P.G. Demidov Yaroslavl State University

THE PROBLEM OF OPTIMIZING THE BASIC CONCEPTUAL FRAMEWORK IN THE CLASSIFICATION OF TOURIST AND RECREATIONAL ACTIVITIES

KEYWORDS: *types of tourism, cycles of recreational activities, elementary recreational activities, functions of recreational activities*

ANNOTATION. The article is devoted to the correlation of the concepts of "types of tourism", "cycles of recreational activity", "elementary recreational activities", "types of recreational activity". The authors try to establish the relationship between these scientific constructs and, based on this, propose to adjust the existing approach to the classification of types of tourism. The main problem identified by the authors in this article is the lack of uniform criteria and theoretical and methodological basis in determining the types of tourism, which leads to a lack of consistency in their identification and, accordingly, to a decrease in the effectiveness of tourism management at various levels

Начиная с 1990-х годов в отечественной науке, занимающейся изучением сферы туризма, появилось и используется огромное количество терминов, подчас никак не взаимосвязанных друг с другом. Зачастую специалисты вкладывают разный смысл в те или иные научные конструкты, что приводит к существенным проблемам в функционировании туристской сферы в целом и в принятии управленческих решений, в частности. Причину этого мы видим в том, что если в советские годы туризм рассматривался в рамках одной фундаментальной науки – рекреационной географии, то ныне его изучением занимаются представители различных научных сфер – экономисты, географы, психологи, социологи, историки, и все они приходят в эту область со своим терминологическим аппаратом и своими подходами. Представляется, что для повышения эффективности развития туристской сферы необходимо сформировать более четкий терминологический аппарат, включающий и таксонометрическую взаимосвязь между различными понятиями.

Особенно проблемным полем является классификация видов туризма, в которой существует значительный разнобой. Например, в «Словаре терминов и понятий индустрии туризма и гостеприимства», изданном в Санкт-Петербурге в 2023 году [4], упоминается более 30 видов туризма, зафиксированных в нормативно-правовых актах Российской Федерации. В представленной ниже таблице 1 сделана попытка систематизации по основному критерию выделения того или иного вида туризма этих, а также используемых в научной литературе и в повседневной управленческой практике терминов. Некоторые термины фигурируют в нескольких строках в связи с нечеткостью базового критерия их выделения и их определения.

Таблица 1

Виды туризма в нормативно-правовых актах и в литературе

Виды туризма в НПА	Виды туризма в научной литературе	Основной критерий выделения
Автотуризм, водно-моторный, горнолыжный, круизный, парусный, скай	Велосипедный, пешеходный	Основное средство передвижения в поездке
Агротуризм, арктический, водный, промышленный, сельский	Гастрономический, городской, музейный, религиозный, событийный, спелеотуризм, «темный», усадебный, этнографический	Тип дестинации / ресурса
Активный, водно-спортивный, горнолыжный, круизный	Пешеходный, горный, фестивальныи	Форма отдыха
Деловой, культурно-познавательный, лечебно-оздоровительный, научный, оздоровительный, промышленный, сельский, спортивный, экстремальный	Гастрономический, ностальгический, образовательный, релаксационный, событийный, «темный», фестивальныи	Мотивация потребителя
Детский, молодежный, студенческий	Инклюзивный, семейный, школьный	Целевая аудитория
Научно-популярный, поощрительный, социальный, устойчивый	Общественный, образовательный	Цели развития / организации поездок
Агротуризм, самодетельный	Конгрессный, событийный	Форма организации

Вероятно, в таблице представлены не все виды туризма, которые можно встретить в научной литературе, но даже эти несколько десятков терминов, выявленных в правовых документах и в исследованиях, фиксируют значительную вариативность в базовых основаниях использования того или иного понятия. Вместе с тем практика показывает, что принимающие решения чиновники зачастую воспринимают их как единообразные равнопорядковые термины, что отражается в стратегических и оперативных документах и, соответственно, влияет на принятие тех или иных управленческих решений. Также наличие единого подхода в классификации видов туризма осложняет процесс освоения туристской сферы студентами при обучении на уровне СПО и ВО.

Причина подобной ситуации – отсутствие единого основания для классификации, что является следствием проблемы осмысления туризма как социально-экономического явления. В современной управленческой и научно-образовательной моделях транслирующая информация о туризме лица зачастую не четко определяют, что такое туризм в целом: вид экономической деятельности, форма освоения географического пространства или имманентная часть жизни современного человека. Представляется, что последний, гуманистический подход наиболее продуктивен в свете тех национальных целей, которые провозглашены Указом Президента РФ в апреле 2024 г. [5].

В связи с этим представляется целесообразным актуализировать те наработки и концепты, которые были представлены в отечественной рекреационной географии еще в 1970-1980-е годы и, к сожалению, были выведены из сферы практического применения начиная с 1990-х годов: функции свободного времени – рекреационные потребности человека – виды рекреационных занятий.

Авторы первого учебника по рекреационной географии Н.С. Мироненко и И.С. Твердохлебов в качестве фундаментального понятия науки о пространственной организации отдыха рассматривали рекреационные потребности человека – потребности в восстановлении и развитии физических и психических сил личности и его физическом, интеллектуальном и духовном совершенствовании. Эти потребности реализуются в так называемых рекреационных занятиях, в которых можно выделить 2 группы, объединяющие 4 основных типа занятий (тип рекреационной деятельности):

Группа восстановления: рекреационно-лечебные занятия, рекреационно-оздоровительные занятия.

Группа развития: рекреационно-спортивные занятия, рекреационно-познавательные занятия [3, С.25].

С учетом существующих на данный момент мотиваций и практик рекреационных занятий считаем целесообразным несколько скорректировать наименования типов рекреационных занятий. В группе восстановления помимо рекреационно-лечебного типа необходимо выделить оздоровительно-развлекательный (в связи с тем, что значительное количество рекреантов основной мотивацией своего отдыха определяют именно развлечение – уход от повседневной рутины, – что обуславливает выбор конкретных элементарных рекреационных занятий (ЭРЗ) и форм их реализации). В группе развития более корректно использовать не термин «спортивные», а «активные» занятия в связи с тем, что спорт в современном законодательстве РФ определен как занятие, связанное исключительно с участием в соревнованиях и подготовкой к ним, что по своей сути не является рекреацией [6, Ст.1-12].

Рекреационная деятельность человека определяется в значительной степени его психофизиологическими особенностями и приспособленностью используемого под рекреацию ландшафта, в котором эта деятельность происходит.

Появившись в тридцатых годах XX века на западе учение об организации отдыха человека эволюционировало до учения о рекреационной деятельности и его видах. Последние имеют определенное количество способов реализации, которые называются элементарными рекреационными занятиями. ЭРЗ – внутренне целостная, однородная, не делимая на

технологические компоненты рекреационная деятельность. Количество ЭРЗ постоянно увеличивается в связи с ростом технологических возможностей и форм отдыха. Если основоположники отечественной рекреационной географии выделяли несколько сотен ЭРЗ, то сейчас, по мнению отечественных и зарубежных специалистов в области рекреологии, в мире наблюдается в сфере рекреационной деятельности человеческого общества более 100000 ЭРЗ [2, С.14.]. В связи с этим возникает необходимость их систематизации в более крупные группы – типы рекреационных занятий (ТРЗ).

К определенному ТРЗ относят взаимозаменяемые ЭРЗ, терминологически объединяемые каким-либо понятием. Например «подвижные игры у воды на пляже» (пляжный волейбол, пляжный футбол, бадминтон и т.д.).

Зорин И.В. и Квартальнов В.А. в «Энциклопедии туризма» приводят таблицу, включающую 13 типов рекреационной деятельности [1, С.54]. Название и количество их не бесспорно и является предметом дальнейших исследований специалистов в сфере индустрии туризма и гостеприимства (маркетологов, социологов, ученых, управленцев и т.п.). Типы рекреационной деятельности также можно группировать для целей формирования программ отдыха рекреантов и туристов.

Устойчивая комбинация взаимосвязанных и взаимообусловленных повторяющихся типов рекреационных занятий на базе основного из них за определенный отрезок времени получила название цикла рекреационной деятельности (ЦРД). Именно они при должном отношении и проработке могут стать основой проектирования туристских маршрутов, программ и являться фундаментом туроперейтинга. ЦРД должен удовлетворять двум фундаментальным требованиям: рекреационной полезности и индивидуальной привлекательности.

Важно отметить, что ЦРД отличаются от простого отдыха тем, что включают в себя только те занятия, которые организуются на специально подготовленных для этого территориях. Задача регулирующих государственных органов – трансформировать простой отдых в организованную рекреацию посредством подготовки или стимулирования развития специальных территорий (объектов) с определенным функционалом для реализации качественной и социально полезной рекреации.

Сложившаяся таксонометрия базовых понятий рекреационной географии позволяет предложить каркас для классификации видов туризма на основе следующей логики: ТРД – ЦРД – ТРЗ – ЭРЗ.

В таблице 2 показана апробация данного подхода на одном из типов рекреационной деятельности – рекреационно-познавательной с функциями: расширение кругозора, самосовершенствование, познание, приобщение к культурно-значимым явлениям, социально-ответственная деятельность. В качестве ЦРД взят познавательный туризм.

Таблица 2.

Виды туризма в нормативно-правовых актах и в литературе

ЦРД познавательный туризм	ТРЗ	ЭРЗ
Знакомство с знаковыми событиями и местами в истории и культуре страны	Посещение интересных историко-культурных мест	Прогулка по историческому населенному пункту Посещение места, связанного с историческим событием Посещение мемориального комплекса
Участие в экскурсионной программе	Культурно-познавательные экскурсии	Экскурсия по городу Экскурсия по музею Экскурсия по выставке, учреждению музейного типа Экскурсия по промышленному предприятию Экскурсия по агропредприятию

Продолжение таблицы 2.

ЦРД познавательный туризм	ТРЗ	ЭРЗ
Из Знакомство с природными и ландшафтными особенностями территории	Посещение природных объектов с познавательными целями	Посещение экотроп на ООПТ Посещение зоопарка Посещение визит-центра ООПТ
	Природно-ландшафтные наблюдения	Фотоохота, в т.ч. подводная Бёрдвотчинг Осмотр и фотографирование неохранных природных ландшафтов Сбор гербариев
	Наблюдение за необычными явлениями	Наблюдение за полярным сиянием Наблюдение за солнечным затмением Наблюдение за штормом, иными природными катаклизмами
Участие в событийных мероприятиях	Участие в событийных мероприятиях познавательной направленности	Участие в этническом / народном празднике (мероприятии) Конференция Круглый стол Презентация книги / открытие выставки
Посещение социокультурных объектов	Посещение объектов культуры	Посещение музея Посещение театра Посещение концерта Посещение выставки
Социально-ответственная деятельность, сопряженная с рекреацией	Волонтерская деятельность	Поездка на территорию для её уборки / благоустройства Поездка для помощи социально нуждающимся категориям населения
Творчество	Обучение творческим навыкам, включая ремесла	Встреча с творческими людьми Участие в мастер-классе Поездка на пленэр

Обращает внимание на то, что в этой таблице представлены разные формы реализации рекреационных потребностей – часть из них чаще реализуются в рамках организованных программных туров, часть возможны преимущественно в рамках самостоятельного туризма.

Предложенная основа классификации, несомненно, должна взять прежние наработки и включить то, что сегодня определяет основу туристско-рекреационной деятельности. В основе дальнейшей работы по систематизации туристско-рекреационной деятельности и выведению универсальной классификации должны быть социологические опросы рекреантов с целью выявления всех существующих элементарных рекреационных занятий, а также единообразный подход к классификации.

Список литературы

1. Федеральный закон N 329-ФЗ «О физической культуре и спорте в Российской Федерации». –URL: pravo.gov.ru/proxy/ips/?docbody=&nd=102118584&ysclid=m0umr1ww2d730860988
2. Указ Президента РФ от 7.04.2024 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» // Президент России: официальный сайт. URL: www.kremlin.ru/events/president/news/73986

3. Словарь терминов и понятий индустрии туризма и гостеприимства / Мударисов Р. Т., Кирсанова Н.П., др. – Санкт-Петербург: университет при МПА ЕврАзЭС, 2023. – 350 с.
4. Махов, С.Ю. География рекреационных систем и туризма. Оценка рекреационных систем: учебно-методическое пособие для высшего профессионального образования / С.Ю. Махов. – Орел: ФГБОУ ВПО «Госуниверситет – УНПК», 2012. – 159 с
5. Мироненко, Н. С. Рекреационная география / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов – М., Изд-во Московского ун-та, 1981. – 208 с
6. Зорин И. В., Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник. – М.: Финансы и статистика, 2014. – 364 с.

УДК 338.462

Тимиргалеева Рена Ринатовна,

SPIN-код: 9104-8577

Доктор экономических наук,

профессор, профессор кафедры менеджмента, сервиса и туризма

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

assddf@yandex.ru

ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ТУРИЗМА КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ РЫНКА ТУРИСТСКИХ УСЛУГ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *туризм, цифровая трансформация, рынок туристских услуг, инновационные продукты*

АННОТАЦИЯ. *В статье обоснована необходимость цифровой трансформации туризма, что связано с необходимостью повышения конкурентоспособности как отрасли, так и отдельных субъектов хозяйствования. Представлен инновационный цикл туристского продукта, отражающий этапы создания туристкой инновации. Описаны условия формирования и развития инновационно-туристской деятельности. Выявлены основные преимущества цифровых технологий, применяемых субъектами турбизнеса. На основе метода анализа данных представлен вклад онлайн-платформ в планирование поездок до 2026 года*

Timirgaleeva Rena Rinatovna,

SPIN code:9104-8577

Doctor of Economics, Professor,

Professor of the Department of Management, Service and Tourism,

Kherson State Pedagogical University

DIGITAL TRANSFORMATION OF TOURISM AS AN INNOVATIVE FACTOR IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SERVICES MARKET

KEYWORDS: *tourism, digital transformation, tourist services market, innovative products*

ANNOTATION. *The article substantiates the need for digital transformation of tourism, which is associated with the need to increase the competitiveness of both the industry and individual business entities. An innovative cycle of a tourist product is presented, reflecting the stages of creating a tourist innovation. The conditions for the formation and development of innovative tourist activities are*

described. The main advantages of digital technologies used by tourism business entities are revealed. Based on the data analysis method, the contribution of online platforms to travel planning until 2026 is presented.

Туризм вносит существенный вклад в обеспечение устойчивого социально-экономического развития и социальной стабильности, эта отрасль важна для создания рабочих мест, а также способствует самозанятости населения. Туристская отрасль развивается, опережая среднемировые темпы роста, стимулирует развитие смежных отраслей экономики. В современных условиях сфера туризма является инициатором освоения и внедрения передовых технологий, непрерывно корректирует способы предложения и предоставления туристских услуг, открывает и осваивает новые возможности повышения их качества и разнообразия. Вместе с тем, наблюдается несоответствие между высоким туристским потенциалом России и низким уровнем развития внутреннего и въездного туризма [1]. Созданный туристский продукт необходимо постоянно улучшать и совершенствовать. Потребности туристов постоянно растут, тем самым призывая производителей туристского продукта к использованию современных достижений науки и техники, внедрению новых технологий и модернизацию имеющихся.

В настоящее время предприятия, осуществляющие туристскую деятельность, находятся в постоянном поиске новых видов туристской продукции, открытия новых направлений туризма и усовершенствования механизмов рекламной деятельности. Инновационный процесс в туризме получает свое признание степенью удовлетворенности туриста.

Цель внедрения инновационных продуктов и технологий – формирование нового или трансформация уже имеющегося продукта, а также улучшение логистических, гостиничных и прочих услуг, освоение новых рынков, внедрение более новых, улучшенных информационных и коммуникационных технологий.

Один из главных способов привлечения потребителей туристских услуг и роста дохода в туризме состоит в предложении потребителю нового товара, например, нового маршрута отдыха, неординарного вида туризма (полярный, садовый, гостевой, агротуризм) или новых культурных объектов [2].

Некоторые территории могут иметь уникальную архитектуру, отличные природные и исторические достопримечательности, а другие – лучшие рекреационные возможности. Поэтому и выбор предоставляемых услуг и возможности для реализации инновационных проектов будут разными.

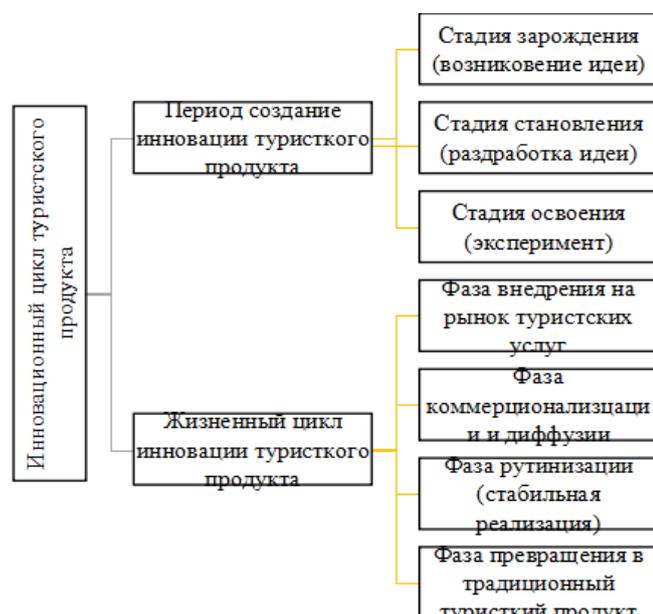


Рис. 1. Инновационный цикл туристского продукта

Применение инноваций оказывает позитивное влияние на деятельность туристских предприятий:

- повышается привлекательность за счет уникальных предложений;
- увеличивается финансовый оборот;
- улучшается качество предоставляемых услуг.

Для того, чтобы добиться определенного уровня развития инновационной деятельности в сфере туризма, необходимо детально изучить условия формирования и развития инновационной деятельности туризма регионов, разработать комплекс процедур по стимулированию инновационной активности и вызвать интерес у инвесторов.

Исследование показало, что для комплексного развития инновационно-туристской деятельности необходимо осуществление ряда условий (таблица 1).

Таблица 1

Условия формирования и развития инновационной деятельности регионов России

Пространственные условия	Ресурсные условия	Экономические условия	Институциональные условия
Географическое положение	Человеческие ресурсы	Уровень экономического развития	Государственная поддержка
Размеры территории хозяйствования	Финансовые ресурсы	Действующая стратегия развития	Обеспечение интересов экономики региона
Наличие логистических сетей	Технологические ресурсы	Возможности создания обширных туристических зон	Законодательное обеспечение формирования туристских кластеров

Четвертая промышленная революция, вызванная экономической целесообразностью и привлекательностью повышения качества жизни, несет в себе риски повышения нестабильности и возможного коллапса мировой социально-экономической системы. Но ее наступление воспринимается как вызов, на который должен быть ответ со стороны турбизнеса.

Правительство Российской Федерации разработало глобальные цели и задачи на ближайшее время, достижение которых поможет осуществлять инновационную деятельность в различных сферах деятельности экономически эффективно и устойчиво к изменениям внешних факторов. Одной из задач является цифровая трансформация туристского бизнеса.

Переход сферы туризма, сервиса и гостеприимства на новый уровень уже предопределен и закреплён в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства», где поставлены амбициозные задачи, которые можно решить, опираясь на цифровую трансформацию отрасли. В Стратегии развития туризма в России до 2035 года внедрение цифровых технологий выделено в качестве приоритетного направления развития отрасли [3].

Цифровизация туризма приобретает разнообразные формы проявления, к которым относятся и онлайн-покупка готовых туров, сформированных туроператорами, и индивидуальные туры, разработанные через мобильные приложения или компьютерные программные системы, предназначенные как для туроператоров, так и для туристов, и проектирование самостоятельных туров посредством создания онлайн-школ для начинающих путешественников и внедрения процесса кастомизации в оказание туристических услуг потребителям и другие [4-6].

Цифровые технологии дают целый ряд преимуществ и возможностей туристским предприятиям:

- увеличение в сжатые сроки количества клиентов;

- расширение целевой аудитории по всему миру на всех этапах процесса планирования путешествий;
- увеличение эффективности от рекламы;
- повышение уровня качества обслуживания клиентов;
- развитие ускоренными темпами;
- повышение конкурентоспособности на рынке туристских услуг [7].

Сервисы для онлайн-бронирования пользуются большим спросом, привлекая постоянных клиентов из туристских агентств с исключительно очным бронированием туров.

Для анализа уровня цифровизации рынка туристских услуг было рассмотрено соотношение общего количества поездок к количеству поездок, спланированных через онлайн-платформы в процентном соотношении от ночей пребывания [8] (рисунок 2).

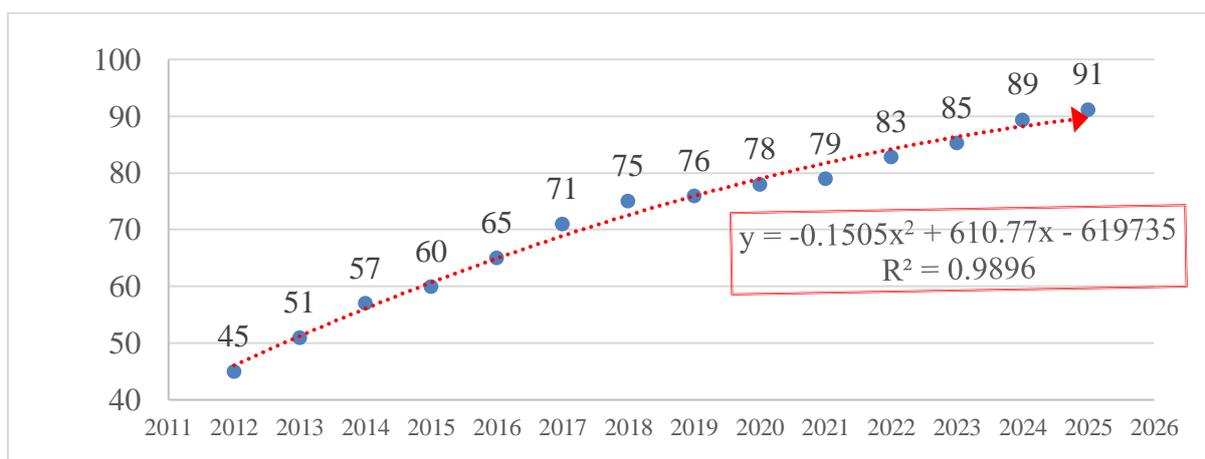


Рис. 2. Вклад онлайн-платформ в планирование поездок

С помощью метода анализа данных за 2012-2022 год, полиномиальной линии тренда и среднего прироста был составлен прогноз показателя цифровизации отрасли туризма на ближайшие годы. Проведенные расчеты выявили, что вклад онлайн-платформ повысится к 2026 году до 91%.

Величина достоверности аппроксимации (R^2) находится на уровне приблизительно 0,99, что указывает на то, что линия тренда достаточно хорошо описывает исследуемый процесс и проходит близко к исходным экспериментальным точкам.

Повсеместное внедрение элементов цифровизации помогает находить такие технологии, подходы или механизмы, которые способны повысить ценность туристского продукта.

Цифровые платформы при комплексном использовании помогают туристским предприятиям оперативно получать свежую информацию о тенденциях в онлайн-запросах, настроениях туристов, эффективности рекламных подач, удовлетворенности пользователей услугами, а также о передвижениях туристов [9].

Методы аналитики полученных данных позволяют изучать существующие статистические данные и строить на их основе новые и продуктивные бизнес-модели, учитывающие поведение пользователей.

Например, данные онлайн-поиска могут выявить популярность определенных услуг туристского рынка в режиме реального времени, а опросы позволяют выявлять отношение туристов к исследуемым объектам и благодаря этому находить новые решения в соответствии с актуальными запросами самих туристов.

В данный момент, негативные тенденции мировой экономики, такие как изменение климата, численности населения, смещение спроса на товары открывают перед туристской сферой новые возможности, задачи и направления развития.

Список литературы

1. Русина А.Н., Карпычева О.В., Якимова Е.А., Лихман Д.А. Перспективы развития внутреннего туризма в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – Том 11. – № 10. – С. 2343-2356. – doi: 10.18334/epp.11.10.113741.
2. Осипова Н.И., Иванова Н.В., Аксенова Л.А. Инновационное развитие российского туристского рынка: цифровой аспект // Вестник РМАТ. – 2019. – №1. – С. 130-135.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]: утверждена распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. N 2129-р. – КонсультантПлюс. – URL:http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/98764e60a3ef3aca49041afdb01a4de626e8389/.
4. Богомазова И.В., Аноприева Е.В., Климова Т.Б. Цифровая экономика в индустрии туризма и гостеприимства: тенденции и перспективы // Сервис в России и за рубежом. – 2019. – №3 (85). – С. 34-47.
5. Рзаева Ругия Эльдар Кызы, Кулакова Людмила Ивановна. Цифровое развитие туристской сферы // European science. – 2019. – №7 (49). – С. 31-35.
6. Герчикова Е.З., Спиридонова Е.П. Социологические аспекты трансформации сферы рекреации и туризма в условиях цифровой экономики // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. – 2018. – №3 (72). – С. 185-188.
7. Тимиргалеева Р.Р. Автоматизация процессов формирования и развития конкурентоспособности туристского предприятия // Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса. 2023. Т. 17. № 1. С. 131-139.
8. Национальный туристический рейтинг // [Электронный ресурс] // Центр информационной коммуникации «Рейтинг». URL: <http://russiarating.ru/info/13018.html> (дата обращения: 26.09.2024).
9. Данные и цифровые платформы как фактор роста отрасли туризма в России. Единая межведомственная информационно-статистическая система. [Электронный ресурс]. URL: <https://fedstat.ru> (дата обращения: 07.10.2024).

УДК 379.85

Ахполова Виктория Борисовна,

SPIN-код: 4731-1853

Доцент кафедры менеджмента, маркетинга и туризма,

Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова,

г. Владикавказ

ave12@mail.ru

РОЛЬ СИСТЕМЫ ОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИК СКФО

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туристская сфера, дестинация, уровни образования, кадровая политика

АННОТАЦИЯ. Отрасль туризма динамично развивающееся направление. Актуализируется кадровая проблема, а вместе с тем доступность получения всех уровней высшего образования. Эффективность любой социально-экономической сферы зависит от человеческих ресурсов и их компетентности. Высокопрофессиональные специалисты в

области туризма являются залогом успеха развития туристско-рекреационного потенциала регионов.

Akhpolova Victoria Borisovna,

SPIN code:4731-1853

Associate Professor of the Department of Management, Marketing and Tourism,

K.L. Khetagurov North Ossetian State

University, Vladikavkaz

THE ROLE OF THE EDUCATION SYSTEM IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST AND RECREATIONAL POTENTIAL OF THE REPUBLICS OF THE NORTH CAUCASUS FEDERAL DISTRICT

KEYWORDS: *tourism sector, destination, education levels, personnel policy.*

ANNOTATION. The tourism industry is a dynamically developing area. The personnel problem is being updated, and at the same time the accessibility of obtaining all levels of higher education. The effectiveness of any socio-economic sphere depends on human resources and their competence. Highly professional specialists in the field of tourism are the key to the success of the development of the tourist and recreational potential of the regions.

Республики СКФО обладают богатым туристско-рекреационным потенциалом.

Уникальные горные ландшафты, памятники природы, истории, археологии, культурное наследие и логистическая доступность способствуют развитию индустрии туризма и санаторно-курортного дела в республиках Северного Кавказа.

Важными стратегическими задачами для развития туристской индустрии на Северном Кавказе являются:

- Создание научной базы управляемого туризма;
- Разработка концепции создания Северо-Кавказской туристской дестинации;
- Разработка и создание многопрофильных кластеров на территории СКФО для подключения к кластерной сети юга России;
- Восстановление Большой Кавказской тропы и разработка трансрегиональных многомодульных троп для исследователей вулканологов, гляциологов, спелеологов, геологов, гидрологов с целью изучения глобальных климатических изменений
- Развитие экологического туризма и оборудование экологических троп, смотровых площадок, предусмотренных мастер-планом развития туризма на Северном Кавказе.
- Брендинг туристических продуктов с логотипом Русского географического общества для популяризации деятельности РГО по направлению туризма.

Современная система управления благодаря информационным технологиям довольно оперативна, но на скорость и качество исполнения тех или иных административных решений оказывает влияние уровень компетенций сотрудников, которые могут правильно понять и исполнить поручение, при их фактическое наличие. Еще острее ситуация с сотрудниками, которые не просто должны исполнить поручение, но и проявить творческие способности и что-нибудь создать.

Решение данного блока задач позволит существенно ускорить принятие административных решений, улучшит инвестиционный климат в регионах, увеличит налогооблагаемую базу.

В части кадрового обеспечения туристической отрасли, есть понимание необходимости плотного взаимодействия работодателей и образовательных учреждений, при участии Комитетов по туризму, в части до настройки учебных планов образовательных учреждений с одной стороны и возможности использования производственной базы с другой

стороны, а также доступ ко всем новеллам развития отрасли федеральной и международной повестки.

Образовательная деятельность по сервису и туризму в регионах СКФО включает три уровня: высшее, среднее профессиональное, дополнительное профессиональное образование. Направления подготовки в области туризма сконцентрированы в основном в государственных университетах и средних профессиональных учреждениях. Далее представлена информация о наличии направлений подготовки и запланированных контрольных цифрах приёма на 2024-2025 гг. в республиках СКФО, с указанием образовательных организаций.

Таблица 1

Ставропольский край

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Северо-Кавказский федеральный университет			
43.03.01 Сервис, профиль «Управление бизнес-процессами в сфере услуг», «Логистика», «Цифровой маркетинг и рыночная аналитика» (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 59</i>	38.04.02 Менеджмент, программа «Инновационный менеджмент в сфере сервисной деятельности и коммуникаций» <i>Контрольные цифры приема – 0</i>	отсутствует	«Переводчик в сфере социальной деятельности и туризма» «Сервис. Туризм. Гостеприимство»
43.03.02 Туризм, профиль «Бизнес-администрирование в туризме», «Экономика впечатлений» (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 33</i>	43.04.02 Туризм, программа «Менеджмент в индустрии туризма и гостеприимства». <i>Контрольные цифры приема – 0</i>	отсутствует	отсутствует
Пятигорский институт (филиал) СКФУ			
43.03.01 Сервис (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 10</i>	43.04.02 Туризм, программа «Инновационные технологии в гостиничном и туристическом бизнесе» (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 12</i>	отсутствует	отсутствует
43.03.02 Туризм (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 10</i>	43.04.03 Гостиничное дело, программа «Стратегии устойчивого развития гостиничной и санаторно-курортной деятельности» (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 16</i>	отсутствует	отсутствует
ВСЕГО контрольных цифр приема – 140			

Таблица 2.

Республика Северная Осетия-Алания

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Северо-Осетинский государственный университет имени Коста Левановича Хетагур			
43.03.01 Сервис – отсутствует	43.04.01 Сервис – отсутствует	отсутствует	отсутствует
43.03.02 Туризм, профиль «Организация и управление в индустрии туризма». <i>Контрольные цифры приема – 25</i>	43.04.02 Туризм, программа «Менеджмент туристских дестинаций» (сетевая форма: СОГУ-Санкт-Петербургский государственный университет) <i>Контрольные цифры приема – 0</i>	отсутствует	Экскурсовод, Инструктор пешеходного туризма и трекинга, Гостиничное дело. Квалификация: «Руководитель /управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц», «Начальник гостиничного фонда», Менеджмент туризма и гостеприимства, Сервис и туризм Повышение квалификации: Технологии экскурсионной деятельности Работник службы приема и размещения
Северо-Осетинский государственный торгово-экономический колледж			
-	-	Среднее профессиональное образование СПО – «Туризм и гостеприимство» (очная форма обучения) <i>КЦП –75</i>	
ВСЕГО контрольных цифр приема– 100			

Таблица 3.

Кабардино-Балкарская Республика

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Кабардино-Балкарский государственный университет имени Х.М. Бербекова. Институт менеджмента, туризма и индустрии гостеприимства.			
43.03.02 Туризм, профиль «Технология и организация туроператорских и турагентских услуг» (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 15</i>	43.04.02 Туризм, программа «Туризм: эволюция, структура, менеджмент, маркетинг» (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 15</i>	43.02.16 Туризм и гостеприимство (очная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 25</i>	«Инструктор проводник» «Гид-экскурсовод»

Продолжение табл.3

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Гостиничное дело, профиль «Санаторно-курортная деятельность»(очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 14</i>	43.04.03 Гостиничное дело, программа «Бизнес-технологии в индустрии гостеприимства» (очная форма обучения). <i>Контрольные цифры приема – 15</i>		
ВСЕГО контрольных цифр приема – 84			

Таблица 4.

Чеченская Республика

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова			
43.03.01 Сервис (очная, заочная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 37</i>	43.04.01 Сервис – отсутствует	отсутствует	отсутствует
43.03.02 Туризм (очная, заочная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 37</i>	43.04.02 Туризм – отсутствует		
ВСЕГО контрольных цифр приема – 74			

Таблица 5.

Карачаево-Черкесская Республика

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева			
43.03.02 Туризм, профиль «Технология и организация экскурсионных услуг» (очная, заочная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 26</i>	43.04.01 Сервис – отсутствует	Среднее профессиональное образование СПО – «Туризм и гостеприимство» (очная, очно-заочная, заочная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 0</i>	отсутствует
05.03.02 География, профиль «Рекреационная география и туризм»(очная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 18</i>	43.04.02 Туризм – отсутствует		

Продолжение табл. 5

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
49.03.03 Рекреация и спортивно-оздоровительный туризм, профиль «Рекреационно-оздоровительная деятельность»(очная, заочная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 0</i>			
ВСЕГО контрольных цифр приема – 44			

Таблица 6

Республика Дагестан

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Дагестанский государственный университет			
43.03.01 Сервис – отсутствует	43.04.01 Сервис – отсутствует	отсутствует	отсутствует
43.03.02 Туризм – отсутствует	43.04.02 Туризм – отсутствует		
05.03.02 География, профиль – Рекреационная география и туризм (очная форма обучения) <i>Контрольные цифры приема – 18</i>			
ВСЕГО контрольных цифр приема – 18			

Таблица 7

Республика Ингушетия

Бакалавриат	Магистратура	СПО	ДПО
Ингушский государственный университет			
43.03.01 Сервис – отсутствует	43.04.01 Сервис – отсутствует	отсутствует	отсутствует
43.03.02 Туризм – отсутствует	43.04.02 Туризм – отсутствует		
ВСЕГО контрольных цифр приема – 0			

Таблица 8

Сводные данные о наличии направлений подготовки в сфере Туризма в республиках

Регион СКФО/ вуз	ВУЗ		СПО	ДПО	итого кцп
	Бакалавриат	Магистратура			
Ставропольский край/СКФУ	+	+	–	+	140
Северная Осетия-Алания/ СОГУ	+	+	+	+	100

Продолжение табл. 8.

Регион СКФО/ вуз	ВУЗ		СПО	ДПО	итого кцп
	Бакалавриат	Магистратура			
Кабардино-Балкарская Республика/ КГБУ	+	+	+	+	84
Чеченская Республика/ ЧГУ	+	–	–	-	74
Карачаево-Черкессия/ КЧГУ					44
Республика Дагестан/ ДГУ	+	–	–	–	18
Республика Ингушетия/ ИГУ	–	–	–	–	0

Акцент на образовании ставится совершенно обосновано, поскольку для обслуживания постоянно растущих турпотоков, требуется и увеличение количества квалифицированных специалистов. Туриндустрия является уникальным хозяйственным направлением, где понятие «устойчивого развития» как нигде отвечает своей сути, т.е. недостаточно грамотно организованная деятельность сегодня будет сведена на «нет» в ближайшем будущем. Основой привлечения туриста в дестинацию, прежде всего, служат туристские ресурсы, включающие как природно-климатическую, так и социально-историческую категории, являющиеся достаточно хрупкими составляющими экосистемы. Следовательно, именно правильная, рациональная организация процесса обслуживания туристов позволит сохранить привлекательность регионов с последующим экономическим ростом.

Представление для туристов и экскурсантов уникального ресурсного потенциала требует широкого спектра знаний. Производство услуг «перевозка», «размещение», «питание» и «бронирование» так же требуют серьезной подготовки, что подчеркивает значимость образования на непрерывной основе. Закладывать основу для высокопрофессиональных специалистов можно начинать уже со школьной скамьи, открывая профильные классы в образовательных организациях.

Список литературы

1. Габараева, М. Р. Анализ состояния туризма в СКФО и пути развития / М. Р. Габараева, З. Х. Хосаева // Гуманитарные и социально-экономические науки. – 2023. – № 6 (133).
2. Харсиева, Т. А. Государственное планирование, программирование и проектирование развития туризма в СКФО / Т. А. Харсиева, Р. Т. Гойгов // КОНЦЕПЦИЯ "ОБЩЕСТВА ЗНАНИЙ" в СОВРЕМЕННОЙ НАУКЕ : сборник статей Международной научно-практической конференции, Пермь, 04 мая 2019 года. Том Часть 1. – Пермь: Общество с ограниченной ответственностью "ОМЕГА САЙНС", 2019
3. Шанаев, Г. Т. Анализ состояния и тенденции развития туризма в СКФО / Г. Т. Шанаев, Т. З. Батаев // Экономика и управление: проблемы, решения. – 2023. – Т. 1, № 11(140).

УДК 379.851

Чурилина Ирина Николаевна,

SPIN-код: 6507-5129

Кандидат экономических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Российский государственный педагогический университет им. А. И. Герцена»,
Санкт-Петербург

ОСОБЕННОСТИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *инклюзивный туризм, инклюзивное гостеприимство, туристские услуги для людей с инвалидностью, подготовка кадров для инклюзивного туризма*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлены тенденции подготовки кадров для инклюзивного туризма с учетом сложившейся нормативно-правовой базы*

Churilina Irina Nikolaevna,

SPIN code:6507-5129

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

A. I. Herzen Russian State Pedagogical University, St. Petersburg

FEATURES OF PERSONNEL TRAINING FOR INCLUSIVE TOURISM

KEYWORDS: *inclusive tourism, inclusive hospitality, tourist services for people with disabilities, training for inclusive tourism*

ANNOTATION. *The article presents the trends of personnel training for inclusive tourism, taking into account the existing regulatory framework*

В настоящее время тема инклюзивного туризма становится всё более актуальной. Существует множество определений инклюзивного туризма, которые есть в теоретической литературе, в исследовательских публикациях, а также у тех практиков, которые занимаются организацией инклюзивных туров и экскурсий. В обобщенном виде под инклюзивным туризмом понимаются туристские услуги, которые предоставляется людям, имеющим инвалидность или ограниченные возможности здоровья, маломобильным туристам. Понятие «инклюзия в туризме» рассматривается как включённость туристов с инвалидностью в общий туристический поток. В этом смысле инклюзивный организованный туризм может развиваться не только в направлении создания продуктов для каждой отдельной нозологической группы, но и формирование таких туристских продуктов, которые позволяют создавать смешанные (инклюзивные) группы туристов. Самое главное здесь создавать условия доступности для различных групп путешественников.

В настоящее в Российской Федерации проживает более 11 млн. людей, имеющих инвалидность. На 1 февраля 2023 года женщин, имеющих инвалидность, было более 5 млн. человек (56% от общей численности инвалидов); мужчин – более 4 млн человек (44% от общей численности инвалидов). Таким образом, теоретически, турпоток инклюзивного туризма может достигать 11 млн. человек ежегодно. Важно понимать, что в туристском потоке будет увеличиваться доля пожилых людей. Так, Всемирная организация здравоохранения дает следующие прогнозы [4]: к 2050 году доля лиц в возрасте свыше 60 лет вырастет в два раза, на долю людей, имеющих различные проблемы со здоровьем, сопровождающиеся тяжёлый формой инвалидности будет приходиться 15% всей совокупности прожитых с инвалидностью лет. Таким образом, мы видим, что количество людей, имеющих инвалидность, будет увеличиваться, соответственно, индустрия туризма и гостеприимства должна формировать ресурсы, необходимые для работы с такими путешественниками.

По статистике [5] в туристических и экскурсионных поездках в 2020 году приняли участие в Российской Федерации 2 600 625 человек с инвалидностью; не совершили поездок по состоянию здоровья 7 255 625 человек; не совершили путешествий из-за отсутствия интереса к туризму 1 413 125 инвалидов, по причине нехватки средств не стали путешественниками 1 983 125 человек. Данные показывают, что для развития инклюзивного туризма требуется решение вопросов финансовой поддержки инклюзивных туров для людей, с инвалидностью и их сопровождающими. Здесь важно понимать, нарастает необходимость создания смешанных, не структурированных по состоянию здоровья групп туристов, что порождает требования уже не только к подготовке кадров, но и необходимость просветительской работы в туризме. Тема взаимодействия в поездках становится все более актуальной и значимой, определяя требования не только к физической среде и её доступности, но в целом к доступности взаимодействия.

Как уже говорилось выше, процессы, протекающие в туризме, с точки зрения подготовки кадров, необходимо рассматривать в совокупности и интеграции таких понятий, как «инклюзия», «туризм», «гостеприимство», «деятельность», «культура». Можно говорить о том, что активно формируется новый тренд – инклюзивное гостеприимство, которое можно рассматривать как организацию туристской деятельности по обеспечению комфортного путешествия для всех участников взаимодействия. Комфортность путешествий, комфортность туристской среды и инфраструктуры определяет необходимость нормативно-правовой базы, регулирующих сферу инклюзивных путешествий.

Рассматривая нормативно-правовую базу инклюзивного гостеприимства необходимо отметить, что в Российской Федерации введён в действие межгосударственный стандарт ГОСТ 32613-2014. Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования [2]. В стандарте введены понятия трёх категорий туристов в зависимости от физического состояния. К туристам первой категории относятся туристы с ограниченными физическими возможностями передвижения; ко второй – туристы с ограниченными возможностями восприятия окружающего мира, с нарушениями зрения и слуха; к третьей – туристы по общему заболеванию и другим видом заболеваний, не включённым в первую и вторую категорию. Такой подход предполагает наличие специально подготовленного персонала сферы инклюзивного гостеприимства. Вопросы о длительности такой подготовки в настоящее время не решены.

Требования к персоналу туристских организаций, оказывающих услуги людям с инвалидностью, определены ГОСТ Р 54603-2011. Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу. В документе говорится о том, что персонал туристской организации, оказывающий туристские услуги, должен обладать: специальными знаниями, уметь учитывать в процессе формирования и оказания индивидуальные особенности туристов с ограниченными физическими возможностями. Персонал туристской организации должен владеть навыками оказания первой помощи. Принципиально важной компетенцией, которой должен обладать персонал, ГОСТом определено «умение создавать атмосферу благожелательности, гостеприимство, уметь разрешать конфликтные ситуации» [3]. В этом же документе оговаривается, что оказание туристских и экскурсионных услуг для туристов с ограниченными возможностями здоровья туристской организацией предоставляется при помощи специально подготовленных инструкторов, гидов и сопровождающих лиц. При подготовке персонала для работы с туристами такими необходимо учитывать требования служб медицинской реабилитации.

Для гостиничных организаций, которые предоставляют услуги для людей, имеющих инвалидность, разработан ГОСТ Р 55699-2013. Доступные средства размещения для туристов с ограниченными физическими возможностями. Общие требования. В нем определены требования к доступности средств размещения для туристов с ограниченными физическими возможностями. Кроме того в 2013 году введён в действие ГОСТ Р 54603-2011. Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу. Согласно данному документу

для работы в доступных средствах размещения необходимо дополнительная подготовка и инструктаж персонала.

Говоря об инклюзивных туристских услугах, нельзя оставить без внимания и требования, которые предъявляются к учреждениям культуры, которые формируют содержание туристского маршрута, предлагая объекты показа. Так для музеев определены следующие нормы: численность в группе инклюзивных туристов может быть от трёх до 20 человек. Для каждой нозологической группы определяется верхняя граница численности туристов на маршруте. Также определены требования доступности для библиотек и организаций исполнительских искусств [1]. Таким образом, можно говорить о том, что требования указанных ГОСТов четко определяют направления подготовки кадров для инклюзивного гостеприимства, а интенсивное развитие инклюзивного туризма, рост спроса и предложения на инклюзивные туристские услуги, заостряет определяет поле для исследований и профессиональной деятельности.

Список литературы

1. Приказ Министерства культуры РФ от 9 сентября 2015 г. № 2400 «Об утверждении требований доступности к учреждениям культуры с учетом особых потребностей инвалидов и других маломобильных групп населения».
2. ГОСТ 32613-2014. Туристские услуги. Услуги туризма для людей с ограниченными физическими возможностями. Общие требования. URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/57450/>
3. ГОСТ Р 54603-2011. Услуги средств размещения. Общие требования к обслуживающему персоналу. URL: <https://internet-law.ru/gosts/gost/52262>
4. Российская газета. URL: <https://rg.ru/2015/10/02/starenie-site-anons.html>
5. Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/tab7-4.htm>

УДК 379.85

Дашковская Ольга Дмитриевна,

SPIN-код: 3636-5085

Кандидат исторических наук, доцент кафедры регионоведения и туризма
ФГБОУ ВО «Ярославский государственный университет им. П.Г. Демидова»
Ярославль

АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ КЛАССИФИКАЦИИ ТУРИСТСКИХ САЙТОВ В РУНЕТЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *сайт, портал, агрегатор, маркетплейс, визит-сайт, социальные медиа*

АННОТАЦИЯ. *В статье анализируются различные подходы к систематизации туристских сайтов в русскоязычном сегменте глобальной компьютерной сети. Предлагается авторская классификация интернет-ресурсов по типу предоставляемой информации и уровню решаемых задач, дается характеристика каждой выявленной категории материалов. Обозначены основные особенности и перспективы развития интернет-представительств туристской направленности*

Dashkovskaya Olga Dmitrievna,

SPIN code: 3636-5085

Candidate of Historical Sciences, Associate Professor of the Department of Regional Studies and Tourism
Yaroslavl State University named after P.G. Demidov
Yaroslavl.

CURRENT ISSUES OF CLASSIFICATION OF TOURIST SITES IN RUNET

KEYWORDS: *website, portal, aggregator, marketplace, visit site, social media.*

ANNOTATION. *The article analyses various approaches to the systematisation of tourist sites in the Russian-language segment of the global computer network. The author's classification of Internet resources by the type of information provided and the level of solved problems is proposed, and each identified category of materials is characterised. The main features and prospects for the development of Internet representations of tourist orientation are outlined*

В современных реалиях повсеместной цифровизации сферу туризма уже невозможно представить без использования интернет-ресурсов, которые помогают путешественникам спланировать самостоятельную поездку или купить готовый тур, позволяют турфирмам общаться с поставщиками услуг и т.д. Количество сайтов туристской направленности в Рунете – российской части сети интернет – постоянно растет. В 1998 г. число представленных в глобальной сети русскоязычных туристских ресурсов не превышало 200, в октябре 2016 г. только в каталоге «Яндекса» их было проиндексировано более 6,7 тыс. [2, с. 22]. Сейчас количество туристских сайтов составляет несколько десятков тысяч – точная статистика отсутствует, в том числе и из-за многогранности сферы туризма.

Цель данного исследования – предложить классификацию сайтов туристской тематики в Рунете. Их разноплановость, но одновременно возможность группировать ресурсы по различным критериям из-за общих характеристик вполне позволяют проводить систематизацию. Попытки подобных группировок уже проводились: так, изучались турпорталы и специализированные сайты, которые предоставляют услуги по самостоятельному планированию и организации путешествия [2, с. 22-26; 5, с. 1463-1480]. В то же время, спектр представленных в сети интернет-ресурсов гораздо шире, в последние несколько лет появились инновационные варианты (цифровые экосистемы и пр.), что, безусловно, требует анализа и осмысления.

Отдельные критерии классификации применимы к сайтам различной направленности, не только туристским. Так, например, в зависимости от структуры и сложности сайты можно разделить на следующие типы:

Сайты-визитки, многие из которых являются одностраничными. Их задача – проинформировать о том, что компания вообще существует: по сути, это описание фирмы, предоставляемых услуг и контактные данные. Такие интернет-ресурсы могут быть у небольших турагентств и объектов туристической индустрии.

2) Сайты с системой управления, выполняющие информационные и рекламные функции, могут принадлежать некоторым туристским направлениям, аттракциям, органам власти и пр. Обычно это полноценные многостраничные сайты с различной системой иерархии. 3) Интернет-магазины представляют сложные сайты, которые не только презентуют компанию или destination в сети, но позволяют продавать различные услуги. В туризме это часто многофункциональные порталы с разнообразным контентом и сервисами.

Тип предоставляемой информации и уровень решаемых задач станут основой предлагаемой в данном исследовании классификации. Учитывая эти критерии, сайты по туризму в Рунете можно разделить на несколько категорий:

- интернет-ресурсы, реализующие туристские услуги (агрегаторы, маркетплейсы, – сайты отдельных турфирм, средств размещения);

- туристские порталы;
- веб-представительства туристских дестинаций;
- сайты для профессионалов турбизнеса;
- вспомогательные информационные ресурсы;
- социальные медиа.

Самыми посещаемыми являются сайты по продаже основных и дополнительных туристских услуг (туров, гостиниц, билетов на транспорт и пр.). Среди них, безусловно, лидируют агрегаторы или сервисы на их основе, которые объединяют предложения от различных туроператоров и компаний, работающих в сфере туризма. Так, по данным платформы веб-аналитики Similarweb на июнь 2024 г. самым популярным сайтом в категории «Путешествия и туризм» в России является «Туту.ру» [4]. Ресурс предлагает приобрести железнодорожные, авиа и автобусные билеты, забронировать гостиницу или купить тур. Бронирование путевок построено не на собственном «движке», а происходит через агрегатора Onlinetours. Ежедневная аудитория «Туту.ру» составляет около 1 млн чел, а сам сервис работает на рынке более 20 лет. Еще одним «флагманом» является сайт «Яндекс Путешествия», функционирующий на базе агрегатора Level.Travel. Вообще этот сервис является частью цифровой экосистемы компании «Яндекс», которая под одним брендом продвигает несколько сервисов «Яндекс Дзен», «Яндекс Директ», «Яндекс Бизнес» и пр.

Если же рассматривать непосредственно агрегаторы, то в сфере продажи туров лидируют такие компании как Level.Travel, Travelata, Tourvisor. Подобные ресурсы экономят время и финансы путешественников, предоставляя удобные инструменты для подбора туров от различных туроператоров. Использование турагрегаторов достаточно безопасно, так как их базы работают с крупными, достаточно надежными турфирмами и оказывают круглосуточную поддержку пользователям. На этом рынке начинается и специализация: YouTravel.me позиционирует себя как маркетплейс авторских путешествий на русскоязычном рынке, Fix Travel предлагает туры от надежных туроператоров «по самым низким ценам». В сфере продажи авиабилетов доминирует российский метапоисковик Авиасейлс (Aviasales): за июль 2024 г. количество визитов на сайт составило 24 млн [1]. Ресурс представляет возможность бронирования не только билетов от небольших и крупных авиакомпаний, но и резервирование отелей.

Агрегированием и продажей туристских услуг занимаются и крупнейшие маркетплейсы, создавшие под эти нужды специальные сервисы – Wildberries Travel и Ozon Travel. Они достаточно легко подстраиваются под запросы потребителей, учитывая их интересы и опыт покупок на основных сайтах компании, а пользователи работают в удобном и привычном интерфейсе. Клиенты, приобретая обычные товары и услуги на этих ресурсах, получают кешбэк, баллы, мили, которые можно израсходовать на авиа и железнодорожные билеты или частично оплатить бронирование гостиниц.

Наиболее многочисленными компаниями, предлагающими туристские услуги, являются отдельные турфирмы, средства размещения и другие объекты туристской индустрии. Основной тенденцией последних лет стал перевод большинства подобных организаций в режим онлайн-бронирования. Для этого туроператоры создают дорогостоящие интернет-магазины с возможностью продажи туров в режиме реального времени, отели внедряют модули бронирования на свои сайты и подключаются к системам автоматизации. В турагентствах, которые взаимодействуют с различными туроператорами, наладить систему онлайн-бронирования туров сложнее и требуются немалые финансовые ресурсы. Поэтому многие турагентства работают в режиме офлайн: на их сайте имеется поисковик туров, заинтересовавшийся путешественник отправляет запрос, а менеджер связывается с ним после обработки информации и уточнения деталей. Если же спектр реализуемых услуг компании не столь широк (например, продажа билетов музеям, реализация мест на мероприятия и пр.), то организации достаточно подключить систему интернет-эквайринга, предоставляемую

различными банками, что позволит принимать от клиентов оплату через сайт или мобильное приложение.

Второй достаточно популярной категорией туристских сайтов в Рунете являются туристские порталы. Портал отличается от обычного сайта, прежде всего, тем, что имеет разветвленную структуру и объединяет разнообразные сервисы, интересные путешественникам: поиск туров, информацию о странах, погоде, новости, отзывы туристов и поиск попугачиков, форумы и пр. Наиболее известными турпорталами в настоящее время являются Travel.ru, «Туры.ру», Turizm.ru. Безусловно, в настоящее время их основной функцией является продажа туров, но удобная и разноплановая информация на этих ресурсах пользуется спросом у планирующих поездки.

Близки к турпорталам по функциональности визит-сайты территорий, или интернет-представительства туристских дестинаций, которые находятся в нашей классификации третьими. Дизайн веб-ресурсов по туризму у российских регионов уникален, часто является отражением особенностей территории, ее национального колорита, при этом функциональные возможности сайтов очень различны. Так, большинство подобных турпорталов содержат описание аттракций, но не везде присутствует событийный календарь и указаны виды туризма, которыми можно заняться в дестинации. Задачей данного исследования не является сравнительный анализ сайтов туристских дестинаций, поэтому просто обозначим оптимальный набор сервисов, которые делают подобные сайты максимально удобными и полезными для туристов: готовые маршруты для самостоятельных туристов, предложения от турфирм и средств размещения с возможностью их бронирования, расписания транспорта, интеграция с геоинформационными сервисами и картами, наличие мобильного приложения и иноязычной версии.

Четвертая категория ресурсов – сайты для профессионалов турбизнеса – также достаточно широко представлена в Рунете. Сюда, безусловно, входит профессиональный портал о туризме Profi.Travel, который содержит новости и туристскую аналитику, вебинары, обучение, онлайн-выставки, поиск партнеров и пр. «ТУРПРОМ» включает информационное агентство по туризму, а также энциклопедию по странам, регионам и достопримечательностям. Еще одним известным медиахолдингом в туризме является профессиональный портал TourDom.ru, публикующий оперативную информацию о туризме в России и за рубежом, рыночную аналитику, ссылки на вебинары, тренинги. TourDom.ru давно развивает популярный профессиональный туристический форум. О специфике индустрии гостеприимства много полезной информации (новости, экспертные мнения, обзоры и аналитика) находится на специализированном портале Welcome Times.

Многие ресурсы для профессионалов позиционируют себя как онлайн-издания по туризму, но, по сути, представляют информационные порталы с новостями, статьями, рейтингами: туристическое информационное агентство RATA-news, HotLine.travel, электронная ежедневная газета-бюллетень от упомянутого выше онлайн-издания «ТУРПРОМ». В гостиничном бизнесе среди специалистов известны такие интернет-журналы, как Hotelier.PRO, HoReCa Magazine, ProHotel.ru.

Интересны для профессионалов и сайты общественных организаций в сфере туризма – Ассоциации Туроператоров (АТОР), Российской ассоциации туристских агентств (РАТА) и Российской гостиничной ассоциации (РГА). Деятельность упомянутых организаций свидетельствует о серьезном развитии туризма как отрасли, а государство поощряет такие начинания общественников.

Наконец, часть интернет-ресурсов для специалистов представляет системы бронирования путешествий B2B, т.е. сайты для коммерческих взаимоотношений юридических лиц (например, Tourvisor, b2b.ostrovok и пр.). Подобные туристские порталы позволяют турагентам на одном информационном ресурсе искать и бронировать предложения от различных туроператоров в режиме реального времени. Стоимость работы на подобных сайтах зависит от срока подписки и тарифного плана, который может включать как просто

поиск и бронирование туров, так и полноценный интернет-магазин, который встраивается на информационный ресурс турагентства.

Вспомогательные информационные ресурсы еще одна важная категория сайтов в нашей классификации: сюда входят геоинформационные системы (ГИС) по туризму, путеводители и другие сайты со справочной информацией. Геосервисы позволяют профессионалам в сфере туризма исследовать и обеспечивать освоение туристско-рекреационного потенциала территории, а обычным туристам планировать поездку и в ходе нее ориентироваться на местности. Последние могут использовать как обычные городские ГИС (2ГИС), поисково-информационные картографические службы Яндексa и Google, так и сервисы, разработанные непосредственно для сферы туризма – ГИС «Туризм Кировской области» и пр.

Путеводители по туризму также очень разнообразны, и многие из них представлены одновременно в виде приложений для мобильных устройств. В интернет-путеводителях от «Туту» имеются подробные обзоры дестинаций, туристских аттракций, варианты маршрутов, советы туристам и ответы на их вопросы. В рамках деятельности МТС Travel создано уже около 100 онлайн-путеводителей, которые не только помогают туристам, но и во многом продвигают цифровую экосистему МТС в целом. В августе 2024 г. компания добавила алгоритмы персонализации в цифровых гидах по Самарской, Нижегородской, Калининградской областям и Республике Татарстан [3]. После авторизации пользователь получает один из шести наборов рекомендаций по достопримечательностям, местам для отдыха, кафе и ресторанам (например, в качестве контента для родителей с детьми будет информация о зоопарках, детских музеях и пр.).

Популярностью пользуются и аудиогиды. Так, в приложении izi.TRAVEL доступно более 20 тыс. туров по различным странам и регионам. Бесплатные варианты прохождения маршрутов, размещенные на izi.TRAVEL, являются привлекательными для путешественников и одновременно продвигают туристские ресурсы дестинаций.

Следует отметить, что практически все охарактеризованные выше компании имеют свои представительства и в различных социальных медиа, контент которых частично создается самими пользователями, – группах в социальных сетях, телеграм-каналах, некоторые используют сервисы видеохостинга. Эти ресурсы пользуются популярностью у обычных туристов: почти по 2,5 млн подписчиков имеют группы во «ВКонтакте» «Интересная планета – путешествия, туризм» и «Traveler – Путешествия и туризм». У специалистов отрасли популярны телеграм-каналы с удобными вариантами обсуждения – «Новости туристической отрасли от АТОР», «Юридические новости – Туризм». В социальных медиа некоторые блогеры ведут свои личные страницы, которые описывают их путешествия, а за счет размещения рекламы приносят и прибыль своим владельцам.

Таким образом, на пространствах Рунета присутствуют туристские сайты, тип предоставляемой информации и уровень решаемых задач которых очень разнообразен. Наиболее популярные ресурсы являются многофункциональными, т.е. предоставляют пользователям сразу несколько сервисов. Основной задачей большинства сайтов является продажа и/или реклама различных туристских услуг, остальными разделами (страноведческой информацией, отзывами и т.д.) они просто привлекают дополнительную аудиторию. В ближайшее время будет наблюдаться дальнейшее расширение функционала многих интернет-представительств в сфере онлайн-платежей, разработки мобильных приложений, вполне вероятно появление новых категорий сайтов, еще не учтенных в представленной выше классификации.

Список литературы

1. Анализ трафика и вовлеченности для aviasales.ru // Similarweb: проверка трафика веб-сайта [Электронный ресурс]. <https://www.similarweb.com/ru/website/aviasales.ru/#ranking> (дата обращения: 26.08.2024).

2. Дашковская О.Д. Туристские порталы и серверы в рунете: классификация и характеристика / О.Д. Дашковская // Современные тенденции развития туризма в городе Ярославле: сборник статей и материалов научно-практической конференции «Туристский потенциал г. Ярославля: современное состояние и перспективы развития» (Ярославль, 22 октября 2016 г.). – Ярославль, – 2016 – с. 22-26.
3. МТС Travel добавил персонализацию в онлайн-путеводители по регио-нам России // ПАО «МТС»: официальный сайт [Электронный ресурс]. <https://moskva.mts.ru/about/media-centr/soobshheniya-kompanii/novosti-mts-v-rossii-i-mire/2024-08-21/mts-travel-dobavil-personalizaciyu-v-onlajn-putevoditeli-po-regionam-rossii> (дата обращения: 26.08.2024).
4. Рейтинг лучших сайтов в категории «Путешествия и туризм» // Similarweb: проверка трафика веб-сайта [Электронный ресурс]. <https://www.similarweb.com/ru/top-websites/russian-federation/travel-and-tourism/> (дата обращения: 25.08.2024).
5. Шостак М.А. Интернет-сервисы в туризме: классификационный подход / М.А. Шостак, М.А. Яковлева // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – Том 10. – № 5. – С. 1463-1480.

УДК 379.85

Уткина Ирина Владимировна,

SPIN-код: 3230-0633

кандидат филологических наук, доцент,

ГБПОУ «Тверской колледж сервиса и туризма», Тверь

ЛИНГВОТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *лингвотуризм, культурный код, въездной туризм, география спроса, развитие туризма*

АННОТАЦИЯ. *В статье затрагиваются вопросы развития въездного туризма в условиях современной обстановки в мире. Учитывая географию спроса въездного туризма в России и возрастающий в разы интерес к русскому языку в приоритетных странах сотрудничества, предлагаем рассматривать лингвотуризм как перспективное направление развития туристской сферы.*

Utkina Irina Vladimirovna,

SPIN code: 3230-0633

Candidate of Philological Sciences, Associate Professor,

Tver State Educational Institution "Tver College of Service and Tourism", Tver

LINGUOTOURISM AS A PROMISING DIRECTION FOR THE DEVELOPMENT OF INBOUND TOURISM

KEYWORDS: *linguaturism, cultural code, inbound tourism, geography of demand, tourism development*

ANNOTATION. *The article touches upon the issues of the development of inbound tourism in the conditions of the modern situation in the world. Taking into account the geography of the demand for inbound tourism in Russia and the increasing interest in the Russian language in the priority*

countries of cooperation, we propose to consider linguatourism as a promising direction for the development of the tourism sector.

Существуют различные виды туризма и они развиваются по своим законам. Основными показателями востребованной туристской индустрии является количество туристов и количество посещений объектов туризма. В последние несколько лет в России активно набирает обороты внутренний туризм. Благодаря ковидному периоду появилось множество объектов сельского туризма, о котором до этого времени даже в законодательстве не было четкого представления. Люди переезжали из города в деревню, создавали для себя уютное комфортное место на время пандемии, по окончании которой не захотели менять чистый воздух, экологичные продукты, тишину и спокойствие на городскую суету. «Ментальная тяга к деревне, – справедливо считают И.В. Леонов и И.В. Кириллов, – является весьма распространенным явлением» [3, с. 97] По этой причине, вероятно, туристы всё чаще стали выбирать объекты сельского туризма, где они отдыхают от города, восстанавливают силы, узнают культуру села, укрепляя тем самым связь с прошлым и сохраняя исторические традиции. «К настоящему времени в силу целого ряда исторических обстоятельств образ «призрачной деревни» стал значимым для культурного кода России, глубоко интегрировавшись в его пространство» [3, с. 104]. Наряду с развитием внутреннего туризма особое внимание уделяется въездному туризму, который в России, как и во многих странах, является приоритетным видом туризма по причине не только экономической выгоды, но и с позиций идеологического подхода.

Ю.С. Путрик, говоря о повышении роли культурной компоненты при формировании туристского продукта в новых условиях, объективно отмечает, что «картина въездного туризма резко поменялась и сегодня мы видим не только трёхкратное падение въездного туристского потока с 25 млн. в 2019 г. до 8 млн. в 2022 г., но и кардинальное изменение географии спроса» [4, с. 6].

Государство, безусловно, заинтересовано в развитии въездного туризма и определены страны приоритетного сотрудничества, в число которых входят Китай, Индия, Египет, Вьетнам, ОАЭ, Саудовская Аравия и др. Учитывая географию спроса, мы считаем, что одним из перспективных направлений развития въездного туризма является лингвотуризм. Укрепление торгово-экономических отношений, научно-образовательного сотрудничества с обозначенными выше странами и реализация совместных международных проектов повышает интерес к русскому языку и культуре России. На Всемирном конгрессе русского языка, который проходил в 2023 году в Санкт-Петербурге, многие его участники подчеркнули, что русский язык становится всё более популярным и количество желающих его изучать в 2023 году увеличилось в разы [5]. Информационный портал фонда «Русский мир» приводит данные о том, что «В Китае интерес к русскому языку настолько велик, что там Российское консульство не успевает открывать новые Центры русской науки и культуры. ... Ежегодно до 20 миллионов граждан Китая начинают серьезно заниматься русским языком» [2].

Исходя из понимания туризма как путешествия, совершаемого человеком в том числе и в познавательных целях, и как возможности познакомиться с культурой других стран, считаем, что одним из перспективных видов туризма, который в полной мере решает данные задачи, является лингвотуризм. Лингвотуризм – особый вид туризма, который заключается в освоении культурных ценностей посещаемой страны через изучение языка. Не вдаваясь в рассмотрение проблемы взаимоотношения культуры и языка, позволим себе утверждать, что невозможно полноценно познакомиться с культурой без языка. В. фон Гумбольдт, один из основоположников лингвистики как науки, утверждал: «Язык тесно переплетён с духовным развитием человечества и сопутствует ему на каждой ступени его локального прогресса или регресса, отражая в себе каждую стадию культуры» [1, с. 48]. Принимая во внимания этот факт, лингвотуризм представляется нам как наиболее перспективное направление развития

въездного туризма и как инструмент укрепления международного сотрудничества России и дружественных ей стран.

Понятие лингвотуризма не новое в нашей стране. Так, например, 24 января 2015 года состоялся круглый стол «Лингва-туризм – развитие российских образовательных туристических программ», на котором был предложен интересный проект «Лангва-отели», получивший единодушное одобрение участников мероприятия. При вузах России работают летние языковые школы, которые реализуют программу обучения русскому языку иностранных граждан с обязательной культурной компонентой [2].

В рамках данной статьи хотим поделиться опытом создания лингвистического сопровождения туробъектов, посещаемых иностранными туристами. Следует отметить и тот факт, что материалы для лингвотуризма разработаны специалистами по русскому языку как иностранному и доступны по всему миру, благодаря размещению на платформе Юланг. В настоящее время на Юланге можно подготовиться к лингвотуру, используя, например, серию уроков «Жизнь в русской деревне». Каждый урок разработан на материале конкретных агротуробъектов Тверской области и содержит, помимо упражнений на отработку лексики и грамматики, ссылки на видео об объектах и их точные контакты в соцсетях. В этих уроках представлены тексты, интервью, которые помогут познакомиться с реальными людьми, по-настоящему любящими своё дело, и приехать к ним, если возникнет такое желание. Также на платформе представлена серия уроков «Необычные города России», которая все больше набирает популярность среди иностранцев, изучающих русский язык не только в России, но и в зарубежных странах. После освоения лексико-грамматического материала и формирования культурного фона о городах России, многие иностранцы имеют очень высокую мотивацию и при первой же возможности отправляются в путешествие, чтобы посмотреть те города, о которых они узнали из урока. Подобный эффект обеспечивает подборка актуальных уроков о России таких, как «Карта России», «Самое-самое в России», «Знакомьтесь: Россия!», «Золотое кольцо России», «Семь чудес России» и т.п.

Методика проведения лингвотура может быть реализована по-разному. Во-первых, изучение русского языка и посещение туробъекта в России может осуществляться с преподавателем-носителем языка, который владеет методикой русского языка как иностранного и хорошо знаком с культурой России, ее историческими и традиционными ценностями. Во-вторых, платформа Юланг предусматривает самостоятельное освоение материалов уроков: имеются ключи к заданиям, аудиозаписи, видеопрезентации, грамматические презентации и тренажеры для закрепления языковых навыков. В этом случае иностранный гость сначала осваивает языковой материал, а потом с помощью известного ему туроператора выбирает место или составляет свой индивидуальный маршрут для путешествия.

В завершении отметим, что реализация цели по комплексному развитию отрасли туризма в стране и созданию условий для удобных и безопасных путешествий внутри России согласно Национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства» предусматривает определение ключевого понятия – «гостеприимство». Гостеприимство – понятие комплексное и многокомпонентное, включающее в себя и культурный компонент, который неразрывно связан с языком. Лингвистическое сопровождение посещаемых иностранными гостями туробъектов в России позволит не только познакомить с языком, культурными особенностями нашей страны и понять значение непереводаемых на другие языки слов, как например, матрёшка, самовар, коромысло, борщ, тройка, тайга и т.п., но и установить «ментальную тягу», чтобы обязательно вернуться в эту удивительную страну.

Список литературы

1. *Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию / пер. с нем. под ред., с предисл. Г. В. Рамишвили. – М.: Прогресс, 1984. – 397 с.*

2. Информационный портал фонда «Русский мир» [Электронный ресурс]// <https://russkiymir.ru/fund/press/83540/>
3. Леонов И.В., Кириллов И.В. «Призрачные деревни»...// Человек. Культура. Образование. – 4(42), 2021. – С. 90-107
4. Путрик Ю.С. О повышении роли культурной компоненты при формировании туристского продукта в условиях новой глобальной повестки [Электронный ресурс] // Современные исследования культурных процессов, 2023 // <https://cyberleninka.ru/article/n/o-povyshenii-rol-i-kulturnoy-komponenty-pri-formirovanii-turistskogo-produkta-v-usloviyah-novoy-globalnoy-povestki/viewer>
5. XV Конгресс МАПРЯЛ: Сообщения и материалы круглых столов [Электронный ресурс]. – СПб.: МАПРЯЛ, 2024. – 203 с.// https://ru.mapryal.org/filecache/upload/files/15MAPRYAL_SMKS.pdf

УДК 3.373.79.81

Рындач Марина Алексеевна,

SPIN-код: 3535-5987

научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

Синькова Любовь Васильевна,

магистрант кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

ПРОБЛЕМНЫЕ ТОЧКИ И НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *стратегия развития, проблемные точки, квалифицированные кадры, достижения, развитие*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлен обзор развития сферы туризма в Крыму, его самые значимые достижения за последние 10 лет. Рассмотрена «Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» как основополагающий документ стратегического планирования, в котором рассмотрены различные сценарии развития региона, в частности – инновационный. А также, рассмотрены основные проблемные точки развития туризма в Крыму и возможные способы их решения.*

Ryndach Marina Alekseevna,

SPIN code: 3535-5987

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State
Pedagogical University

Sinkova Lyubov Vasilyevna,

Graduate student of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

PROBLEM POINTS AND DIRECTIONS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

KEYWORDS: *development strategy, problem areas, qualified personnel, achievements, development.*

ANNOTATION. *The article provides an overview of the development of tourism in Crimea, its most significant achievements over the past 10 years. The "Strategy of socio-economic development of the Republic of Crimea until 2030" is considered as a fundamental document of strategic planning, which considers various scenarios for the development of the region, in particular, the innovative one. Also, the main problem points of tourism development in Crimea and possible ways to solve them are considered.*

Эффективные стратегии развития туризма могут создавать возможности для бизнеса, приносящие доход и прибыль, так же, обеспечивая занятость большого количества квалифицированного, переобученного, но оставаясь при этом полуквалифицированным персоналом и привлекая неквалифицированного персонала. Последовательная стратегия туризма организации или правительства туристского региона, предлагает инвестиционные стимулы туристским организациям и туроператорам и предоставляет местным поставщикам услуг широкие возможности для связи с цепочками поставок и создания стоимости, а также для разработки возможностей для интеграции в общую индустрию туризма.

Стратегии развития туризма включают требования к инвестициям в саму туристическую инфраструктуру, т. е. хорошие дорожные и транспортные условия, доступ к безопасной воде, контроль за соблюдением законов, предоставление обученной и мотивированной рабочей силы, наличие эффективных коммуникаций, транспорта, банковских услуг и т. д. Все эти физические и социальные факторы инфраструктуры, а также подходы к устойчивому развитию бизнеса должны быть частью целостной стратегии развития туризма туристского региона.

С начала XIX века Крым приобрел статус модного и престижного курорта Российской империи. В этот период были воздвигнуты многочисленные дворцы и парки. Цари, императоры, высшее общество – все стремились сюда. Даже после Великой Отечественной войны в рекордно короткие сроки туристская индустрия Крыма была восстановлена. Поток туристов увеличивался ежегодно, к 80-м годам прошлого столетия он составил более 9 миллионов человек.

Но после развала СССР Крым поток туристов сократился. До присоединения Крыма к Российской Федерации политика украинского правительства не была направлена на финансирование и развитие полуострова, что сильно сказывалось на инфраструктуре и конкурентоспособности туристской индустрии. Поэтому России досталась довольно устаревшая материально-техническая база Крымской инфраструктуры гостеприимства, которой крайне необходимо восстановление [1].

Сегодня Крым – полноправный регион нашей страны, не лишенный серьезных проблем. Переходный период, представляющий из себя постепенную интеграцию в правовую, экономическую и политическую сферы России, крайне важный момент для дальнейшего развития полуострова. Вместе с тем, среди первоочередных задач стоит решение вопроса стратегического развития одной из самых перспективных статей бюджета Республики Крым, а теперь и России в целом – туризма [2].

Республика Крым – уникальный и стратегически важный регион Российской Федерации в Азово-Черноморском регионе. Неповторимый исторический путь развития территории, многонациональный и поликонфессиональный состав населения, культурное многообразие определили особое место Республики Крым в культурном пространстве России.

В то же время Крым является одним из крупнейших туристических и санаторно-курортных центров России, в регионе располагаются основные судостроительные мощности России в Черном море, Республика Крым является крупным производителем продовольствия.

В рамках «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года» осуществляется финансирование, что будет способствовать повышению качества и конкурентоспособности туризма на полуострове.

Комплекс внутренних проблем, мировые экономические, технологические и геополитические вызовы требуют от Республики Крым выработки собственной стратегической линии социально-экономического развития. В этой связи Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 года является основополагающим документом стратегического планирования, определяющим вектор развития, цели и задачи, приоритеты и требуемый объем финансирования.

В инновационном сценарии (2021-2030 гг.) социально-экономического развития Республики Крым, в частности, указаны критерии создания высокодоходного туристского сектора международного класса, роста производства инновационной продукции и услуг, привлечения иностранных инвестиций. Все это позволит Крыму стать одним из передовых регионов России, интегрированным в международную экономику [3].

Рассматривая проблемные точки развития туризма в Крыму, можно выделить следующие:

– Повышение уровня сервиса и качества предоставляемых услуг. На сегодняшний день в рамках «Стратегии социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г» осуществляется финансирование создания на территории полуострова шести туристско-рекреационных кластеров, которые будут сочетать в себе уникальность крымского региона и мировых стандартов, что будет способствовать повышению качества и конкурентоспособности туристского продукта на полуострове.

– Развитие круглогодичного функционирования туристской индустрии. Стоит отметить проблему сезонности работы туристской сферы в Крыму. Это отражается на интенсивности загрузки объектов размещения и развлечений, на количестве рабочих мест. В этой связи можно выделить как минимум семь месяцев, отличающихся низкими показателями продаж, которые сказываются как на покупательской способности граждан, так и на развитии региона.

– Обеспечение туристского комплекса высококвалифицированными специалистами. В виду сезонного характера притока туристов большинство курортно-туристских комплексов не способно держать круглогодичный штат обслуживающего персонала. Таким образом, работа в данной сфере рассматривается как сезонная подработка, что, безусловно, сказывается на качестве подготовки работников.

При выборе учебного заведения для получения специальности по таким направлениям как «туризм» и «гостиничная деятельность» в Республике Крым, которые являются одними из самых востребованных на черноморском курорте, абитуриент крайне ограничен. Количество образовательных учреждений, которые предоставляют среднее профессиональное и высшее образование, осуществляют подготовку кадров по данным направлениям, незначительно.

Как видно, количество выпускников, обучающихся на бюджетной основе (около 395), а также с учетом коммерческой основы обучения (около 365) крайне мало.

На сегодняшний день дефицит кадров в области туризма в Крыму составляет порядка двух-трех тысяч человек. И многие предприниматели начинают сотрудничать с крымскими учебными заведениями, чтобы подготовить себе квалифицированные кадры, которые будут заинтересованы в предлагаемой работе.

С целью подбора и подготовки кадров между ГКУ «Центр занятости населения» и Министерством курортов и туризма Республики Крым организована работа в части отработки актуальных вакансий, предоставляемых Министерством по сведениям подведомственных организаций. Ежегодно органами службы занятости населения Республики Крым проводится

широкомасштабная работа с работодателями, направленная на подготовку к курортному сезону. Собирается и систематизируется информация о текущей и перспективной кадровой потребности предприятий санаторно-курортной сферы. Такая работа носит системный характер. [5]

Таблица 1.

Учебные заведения РК, предоставляющие образование по направлениям «Туризм» и «Гостиничная деятельность»

Направление	Учебное заведение	бюджетные / платные места	стоимость обучения, год
Туризм	Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского, Севастополь	- / 50	38 000
	Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь	63 / 60	52 300
	Крымский университет культуры, искусств и туризма, Симферополь	20 / 10	48 000
	Таврический колледж КФУ им. В.И. Вернадского, Симферополь	30 / 20	73 000
	Романовский колледж индустрии гостеприимства, Симферополь	100 / 50	100 000
Туризм и гостеприимство	Севастопольский торгово-экономический техникум, Севастополь	100 / 40	40 000
	Сакский технологический техникум, Саки	25 / -	-
	Экономико-гуманитарный колледж Гуманитарно-педагогической академии (филиала) Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского, Ялта	- / 25	76 200
Гостиничное дело	Севастопольский государственный университет, Севастополь	20 / 60	87 600
	Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского, Симферополь	37 / 50	52 300

Сокращение теневых объектов туристской индустрии, действующих вне правового поля. В последние годы около 50% всего туристского потока принимаются частными домовладениями, которые не подлежат налогообложению и к которым не применяется государственная статистическая отчетность. Для разрешения данной проблемы необходимо разработать системы выявления «теневых» субъектов и дальнейшей системы контроля над их деятельностью, а также повышать число зарегистрированных средств размещения. В итоге, усилится приток налоговых поступлений в бюджет как региона, так и страны, и тем самым появятся дополнительные ресурсы для развития Крымского полуострова.

По данным Министерства курортов и туризма Республики Крым, по состоянию на 01.01.2024 аккредитованными организациями проведена классификация 1066 объектов размещения, в том числе:

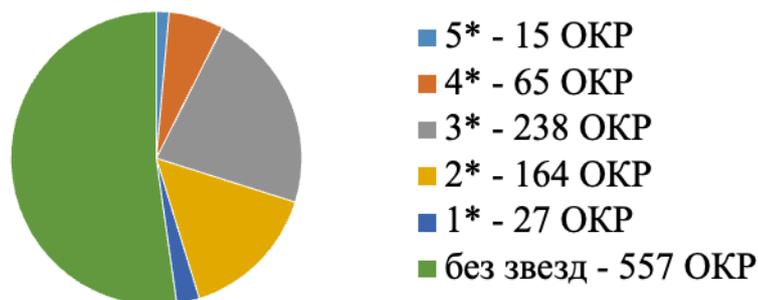


Рис. 1. Объекты размещения в РК по категориям

По данным экспертов, Крым входит в топ-5 регионов страны с туристической привлекательностью. За 2014-2024 годы здесь побывали более 65 миллионов путешественников. При этом рекордный турпоток зафиксировали в 2021-м – 9,39 миллионов человек.

За последние пять лет туристический поток составил (по состоянию на 30.08.2024):

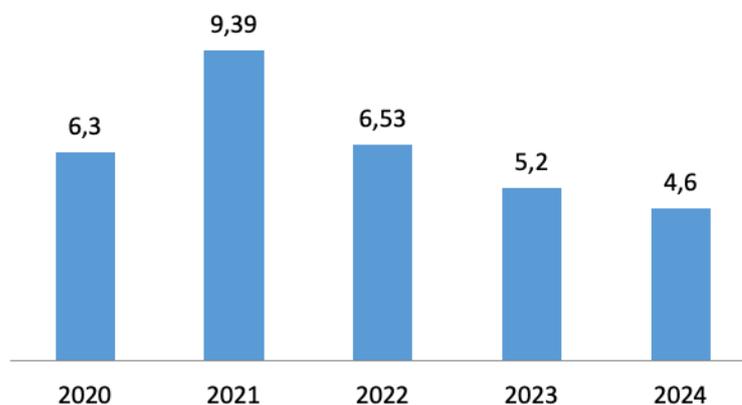


Рис. 2. Туристический поток в РК, млн. чел

За десять лет в составе России в Крыму произошли колоссальные преобразования. Безусловно, главные инфраструктурные достижения российского полуострова – это 19-километровый Крымский мост, четырёхполосная трасса «Таврида» протяженностью 250 километров, новый терминал международного аэропорта Симферополь «Крымская волна», республиканская клиническая больница имени Н.А. Семашко, Международный детский центр «Артек». И это далеко не все.

Один из самых ярких объектов – санаторно-курортный комплекс мирового уровня Mriya Resort & SPA в Большой Ялте. За эти годы Mriya удостоивалась множества международных, европейских и российских премий, она неоднократно признавалась лучшим оздоровительным и семейным курортом. Ещё одна ялтинская жемчужина – спа-отель «Зазеркалье». В Алуштинском регионе – Крымский центр оздоровления профессора Неумывакина. В Бахчисарайском районе – отель Alma Park Resort 4* в сосновом бору. В Евпатории – четырёхзвёздочный отель Ribera Resort & SPA.

Также, уверенно развивается экотуризм: в лесах, горах, заповедниках начали возводить модульные гостиницы, глэмпинги и кемпинги. Причём многие из них – в рамках федеральной субсидии.

За десять лет в Крыму реконструировали или модернизировали более 560 средств размещения. За эти годы количество оборудованных, благоустроенных пляжей увеличилось практически вдвое. Создан реестр туристических маршрутов полуострова. Появились новые

экскурсионно-интерактивные проекты, например, гастрономические и эногастрономические локации – сыроварни, винодельни, улиточные фермы, мидийные и устричные хозяйства.

Объекты Крыма входят в межрегиональные туристические маршруты «Золотое кольцо Боспорского царства», «Винные дороги Боспорского царства», «Природа древнего Боспора» и «Императорский маршрут».

Кроме того, Министерство курортов и туризма Республики Крым разработало проект «Большая Крымская тропа» – это единый маршрут протяжённостью 1000 километров, 100 из которых уже благоустроены.

Помимо этого, были реконструированы многие знаменитые достопримечательности, такие как дворец-замок «Ласточкино гнездо» в Ялте, Алуштинский историко-краеведческий музей, гора Митридат в Керчи, Государственный академический музыкальный театр РК в Симферополе, а также музей-заповедник «Херсонес Таврический», Константиновская батарея, Балаклавский подземный музейный комплекс и Малахов курган – в Севастополе, введен в действие новый музейный комплекс «Новый Херсонес».

Если говорить о наиболее значимых достижениях в области событийного туризма, то здесь пальма первенства – у масштабного молодёжного фестиваля «Таврида.АРТ» в Судакском регионе, который вошёл в топ-50 лучших событий России 2023 года по версии национального календаря EventsInRussia.com. Это уникальный проект арт-кластера «Таврида», объединяющий огромное количество мероприятий различной направленности. Помимо фестиваля, в структуру арт-кластера входят образовательные заезды для молодых профи в области культуры и искусства, арт-парк, Академия творческих индустрий «Меганом».

Также, Крым занял первое место в финале Всероссийской туристской премии Russian Travel Awards 2022 в номинации «Территория санаторного и оздоровительного туризма», сохраняет лидерство в «золотой пятёрке» Национального туристического рейтинга, занимая пятое место после Краснодарского края, Московской области, Москвы и Санкт-Петербурга.

Объекты размещения Крыма входят в рейтинг инвестиционной привлекательности «ТОП-100 российских здравниц», составленный Ассоциацией оздоровительного туризма и корпоративного здоровья [4].

При учете сильных сторон и продуманного развития имеющихся туристско-рекреационных ресурсов возможно достижение великолепных результатов.

Туристский комплекс Крыма имеет огромный экономический потенциал. К 2030 году прогнозируемый турпоток составляет 8-8,3 миллионов туристов в год. Это станет возможным, если планируемый крымский турпродукт будет адекватен запросам такого объема туристов и не будет уступать в конкурентоспособности сопоставимым турпродуктам других регионов мира.

Список литературы

1. *Останчук, А. В.* Становление и развитие туризма в Крыму: ретроспектива и перспектива. Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. Том 2 (68). 2016 г. №1. – С. 159-163.
2. *Кошелева, А.И.* Механизмы интенсификации развития туризма в Республике Крым в переходный период / Кошелева Анна Игоревна, Мирзоев Иса Фаиг-Оглы // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. ISSN 1999-2645. – №1 (45) <https://eee-region.ru/article/4502/>
3. [Crimea.gov.ru](http://crimea.gov.ru) – Государственный совет Республики Крым. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г. – URL: crimea.gov.ru/textdoc/ru/7/act/352z.pdf
4. [Travelcrimea.com](http://travelcrimea.com) – туристический портал Крыма. *Сергей Кориунов* Топ главных достижений туристического Крыма за 10 лет – URL: <https://travelcrimea.com/polezno/20230318/2758002.html>

6. Министерство курортов и туризма Республики Крым. О развитии санаторно-курортной и туристической отрасли Республики Крым – URL: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/mtur/container/2024/06/07/2024-06-07-12-20-47_1.pdf

УДК 334

Букреев Игорь Александрович,

SPIN-код: 2325-5510

кандидат экономических наук, доцент

Российская Федерация, 298635, г. Ялта, ул. Халтурина, 14, 4

bukreev.igor@bk.ru

ПРОБЛЕМЫ РЕСУРСНОЙ АСИММЕТРИИ В СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА (НА ПРИМЕРЕ Р. КРЫМ)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *рекреационные ресурсы, рекреационная освоенность, рекреационная инфраструктура, рекреационные комплексы.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются проблемы ресурсной асимметрии. Установлено, что субрегионы с высоким уровнем концентрации природного и историко-культурного потенциала являются фундаментальной основой для развития туризма и рекреации, что сопровождается более высокой коммерческой эффективностью предприятий*

Bukreev Igor Alexandrovich,

SPIN code:2325-5510

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

14 Khalturina str., 4, Yalta, 298635, Russian Federation

bukreev.igor@bk.ru

PROBLEMS OF RESOURCE ASYMMETRY IN THE TOURISM DEVELOPMENT STRATEGY (ON THE EXAMPLE OF THE CRIMEA)

KEYWORDS: *recreational resources, recreational development, recreational infrastructure, recreational complexes.*

ANNOTATION. *The article discusses the problems of resource asymmetry. It has been established that subregions with a high concentration of natural and historical and cultural potential are the fundamental basis for the development of tourism and recreation, which is accompanied by higher commercial efficiency of enterprises.*

Ресурсы, используемые в туристской деятельности. Развитие туристской отрасли связано в основном с наличием природных ресурсов, которые могут быть использованы для удовлетворения рекреационных потребностей. Их наличие обуславливают абсолютные преимущества развития отрасли в регионе и определяют его конкурентоспособность на международном рынке [1].

Помимо наличия природных рекреационных ресурсов, имеет значение качество и количество объектов социально-культурного и хозяйственного характера, то есть их возможности удовлетворить рекреационные потребности.

Классификация рекреационных и туристских ресурсов:

1) Природные ресурсы: климат, водные ресурсы, рельеф, пещеры, растительный и животный мир, национальные парки, живописные пейзажи, экономико-географическое положение территории и транспортная доступность, территориальные особенности и т. д;

2) Социально-культурные и хозяйственные ресурсы: культурно-исторические объекты, культурно-исторические явления, археологические, транспортная и информационная инфраструктуры, этнографические объекты, здания для размещения и обслуживания, трудовые ресурсы и т. д.

Некоторые существующие природные факторы могут действовать неограниченно в изобилии на всю территории региона при этом, не меняя свои основные качественные характеристики. Другие относительно своей емкости, не способны обеспечить своим благом всех потенциальных рекреантов на территории, а также развитие объектов социально-культурного характера может разрушать компоненты природной среды (таблица 1).

Республика Крым имеет большое разнообразие природных ресурсов необходимых для развития туризма.

Таблица 1.

Наличие природных, историко-культурных и хозяйственных ресурсов в субрегионах Республики Крым [1-6]

Вид ресурсов	Курортная зона (курортно-рекреационный субрегион)							
	Большая Алушта	Большая Ялта	Черноморский р-н	Керченский п-в	Сакский р-н	Судак	Феодосия	Бахчисарайский р-н
Климатические	+	+	+	+	+	+	+	+
Ландшафтные	+	+	+	-	-	+	+	-
Пляжные	+	+	+	+	+	+	+	-
Морские	+	+	+	+	+	+	+	+
Минводы / Лечебные грязи	+/-	+/-	+/+	+/-	+/+	-/-	+/-	+/-
Культурно-исторические ресурсы	+	+	+	+	+	+	+	+
Рекреационно-курортный комплекс	+	+	+	+	+	+	+	+

Существует острая необходимость в эффективном природопользовании, под которым традиционно понимается проблема освоения и использования природных ресурсов, а также охраны природы и борьбы с загрязнением окружающей среды в процессе экономического развития региона. Основными непосредственными факторами снижения качества окружающей среды на Южном берегу Крыма являются: высокое загрязнение воздушной среды продуктами сгорания автомобильного топлива (свинец, угарный газ и др.), котельными; загрязнение сточных вод, которое связано с устаревшими очистными сооружениями; малым объемом очистки; устаревшими технологиями промышленных предприятий; отсутствием ливневой канализации, что при плохом благоустройстве города приводит к выносу в море загрязнений с улиц города и пригородных шоссе, уничтожение и порча лесов на Южном берегу Крыма как через антропогенные факторы (рекреационная нагрузка, вырубка лесов под застройку дачами, пожары), так и вследствие нарушения биогеоценологических взаимоотношений (нанесение ущерба вредителями).

Относительная редкость ресурсов вынуждает делать выбор, какие товары и услуги производить, а от каких следует отказаться. Поскольку большинство экономических ресурсов обладает рекреационными свойствами, то, используя их в этом направлении, общество теряет возможность получить продукт от их альтернативного использования [2].

В процессе развития отрасли становятся остро проблемы цены замещения ресурсов природного и социально-культурного характера, так как существует возможность их альтернативного использования или замещения другими объектами. Так, например размещение гостиницы или санатория замещает культурно-исторический объект, нарушает живописный пейзаж, требует всю или часть территории парка.

Виды деятельности зависят непосредственно от сегментов потребителей и ресурсного обеспечения, что в итоге создает необходимость в правильном определении направлений развития региона. В каждом случае используемые рекреационные ресурсы имеют альтернативную стоимость использования, которая будет ниже в местах, где меньшая природная и историко-культурная концентрация на единицу площади (таблица 2).

Таблица 2.

Субрегиональные особенности развития туризма [3;6].

Ресурсы/Субрегионы	Большая Ялта	Большая Алушта	Судак	Феодосия	Керченский полу-ов	Черноморский р-н	Сакский р-н	Бахчисарайский р-н
Потенциал субрегиона	18,57	16,22	4,61	6,08	23,26	8,95	9,74	9,31
Концентрация потенциала	16,88	6,07	2,23	4,54	2,08	1,55	1,13	1,53
Площадь территории	1,10	2,67	2,07	1,34	11,19	5,78	8,65	6,10

Потребители туристских услуг разных сегментов по-разному оценивают полезность природных рекреационных ресурсов, что при замещении может спровоцировать поиск рекреации в прочих субрегионах вызывая тем самым спонтанное развитие региона. Все это способно безвозвратно уничтожить или навредить трудно восстанавливаемым природным ресурсам в субрегионах с высокой их концентрацией.

Региональная стратегия развития должна быть определена через сегментацию потребителя рекреационного блага и соответствующих для этого субрегионов. Сегмент потребителей лечебной рекреации может обеспечиваться в период межсезонья или в субрегионах менее загруженных. Природные ресурсы как воздух в Крыму уникальность и целебное качество которого уничтожается в результате стихийного развития предпринимательской деятельности в регионе, поскольку многие сегменты потребителей отводят не столь важную ему роль в сравнении с другими рекреационными благами.

Показатель рекреационной концентрации потенциала является результатом действия природной, историко-культурной и хозяйственной составляющей, которая представлена рекреационным комплексом. Концентрация может быть высокой и за счет природной составляющей при незначительной инфраструктуре.

Выводы. Субрегионы с высоким уровнем потенциала в абсолютном выражении могут быть использованы в разных направлениях рекреации для разных сегментов туристов, но показатель концентрации доказывает необходимость более бережного хозяйствования в отношении к природной составляющей (Большая Ялта и Большая Алушта). Наличие рекреационных ресурсов в Крыму обусловило развитие предпринимательства в туризме. В разных субрегионах Крыма ресурсная обеспеченность рекреационными ресурсами отличается, что может быть основанием для субрегиональной специализации. Стоит отметить, что наличие рекреационных ресурсов определило направленность развития региона в туристском и рекреационном направлении, что в современных условиях характеризуется неразвитостью всех остальных отраслей экономики, которые не связаны с ней.

Список литературы

1. Министерство курортов и туризма Республики Крым [Электронный ресурс]. – URL: <https://mtur.rk.gov.ru/ru/index>

2. Экономикс: принципы, проблемы и политика: Учебник / Макконнелл К.Р., Брю С.Л., Флинн Ш.М., – 19-е изд., англ. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 1028 с.
3. Букреев, И.А. Стратегия развития предпринимательской деятельности в рекреационной сфере на основе субрегиональных особенностей Крыма / И.А. Букреев // Сервис в России и за рубежом: электронный научный журнал. – 2019. – № 2. – С. 110-118. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=38577775>
4. Porter, M. Competitive Advantage / M. Porter // The Free Press, New York, NY. – 1985. – 557 p.
5. Tsohla, S. Building scenarios based on the system ensuring development of business activity in the hospitality sector [Текст] / S. Tsohla, N. Simchenko, I. Pavlenko, I. Bukreev // 2nd International Scientific Conference on «Competitive, Sustainable and Safe Development of the Regional Economy» (CSSDRE 2019) Advances in Economics, Business and Management Research. – 2019. – Vol. 83. – P. 153 – 158. DOI: 10.2991 / CSSDRE-19.2019.30
6. Pavlenko, I.G., Bukreev, I.A. Evaluation of the financial management strategy pursued by the recreation companies //CEUR Workshop Proceedings, 2021, 2830, p. 28–40

УДК 338.48

Санкова Ирина Александровна,

SPIN-код: 9327-2898

магистрант 1 курса, направление «Туризм»
профиль «Управление в туризме»

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент зав. кафедрой менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В АРКТИКЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: Арктика, туристская деятельность, туристский потенциал региона.

АННОТАЦИЯ. В статье представлен анализ туристского потенциала Арктической зоны Российской Федерации, природных и экономических условий, рассмотрены возможности развития отдельных видов туризма и риски, которые сопровождают данный вид деятельности.

Sankova Irina Alexandrovna,

SPIN code: 9327-2898

1st year student of the master's degree, the field of study «Tourism»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Head of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State University
Pedagogical University Russia, Kherson

PROSPECTS AND RISKS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE ARCTIC

KEYWORDS: *Arctic, tourism activities, tourism potential of the region.*

ANNOTATION. *The article presents an analysis of the tourism potential of the Arctic zone of the Russian Federation, natural and economic conditions, considers the possibilities of developing certain types of tourism and the risks that accompany this type of activity.*

Актуальность темы вырастает из неочевидной на первый взгляд проблемы эффективного освоения крупного, удаленного северного природного региона России – Арктики, который слабо ассоциируется с туризмом в умах обывателя.

Ряд исследований посвящены моделированию устойчивого социально-экономического развития регионов арктического пространства РФ, особенностям природно-экономических и демографических ресурсов и в целом рассматривают Арктику как успешный и перспективный ресурсный регион [4,5,6].

Скорость изменения условий жизни, появления новых технологий, новых средств передвижения, связи, использования природных ресурсов колоссальна.

Каждому человеку, который стремится к счастливой, успешной, наполненной смыслом жизни, сегодня важно обладать основополагающими знаниями о мире, о взаимоотношениях природы и человека, понимать особенности и закономерности различных природных и связанных с ними общественных процессов, уметь делать выводы и предвидеть последствия.

Туризм, безусловно, является одним из эффективных инструментов познания, который позволяет получить новую информацию из окружающего мира почти со 100-процентной мотивацией, чего так не хватает сегодня системе образования.

Тема Российской Арктики как объекта познания уже давно разрабатывается в научных кругах. Но потенциал Арктики как туристического направления практически не изучен. Это нестандартная проблема, требующая нестандартного подхода к её решению. Между тем, работа над такой задачей может помочь достигнуть более важных, стратегических целей Российского государства, а именно, полноценного освоения самой большой территории в мире, имеющей продолжительные границы и не всегда дружественных соседей.

Чтобы полнее представлять потенциал региона, необходимо в первую очередь усвоить его географические особенности.

Итак, Арктическая зона Российской Федерации (АЗРФ) – это северная оконечность Европейской и Азиатской частей РФ, расположена вдоль побережья морей Северного Ледовитого океана: Баренцева, Карского, Лаптевых, Восточно-Сибирского и Чукотского. Это самая протяженная морская граница России [1,5,6].

Южной границей Арктики принято считать Северный полярный круг – параллель 66°33' к северу от экватора.

Общая площадь Арктической зоны РФ превышает 6 млн кв. км. Площадь арктических морских пространств в пределах территориального моря и исключительной экономической зоны РФ – более 3 млн кв. км. Территория суши российской Арктики занимает 18% всей территории страны [1, 6].

В состав АЗРФ включены территории восьми субъектов РФ:

- Мурманской области;
- семи муниципальных образований Архангельской области Ненецкого автономного округа;
- городского округа Воркута Республики Коми;
- Ямало-Ненецкого автономного округа;
- городского округа Норильска, Таймырского Долгано-Ненецкого муниципального района и Туруханского района Красноярского края;

- пяти улусов (районов) Республики Саха (Якутия);
- земли и острова, расположенные в Северном Ледовитом океане, указанные в постановлении Президиума ЦИК СССР от 15 апреля 1926 г. и других актах СССР.

В Арктической зоне проживает свыше миллиона человек, из них 82,5 тыс. представителей коренных малочисленных народов Севера (ненцы, чукчи, ханты, эвены, эвенки, селькупы, саамы, эскимосы, долганы, чуванцы, кеты, нганасаны, юкагиры, энцы, манси, вепсы, коряки, ительмены, керекы) [1,3].

Средний показатель плотности населения для арктических регионов составляет 0.88 чел. на кв. км. (для сравнения, средний показатель по России составляет 8,5 чел на кв. км) [1,3].

Большинство населенных пунктов в Арктической зоне РФ расположено на побережье арктических морей или в непосредственной близости от него, а также в низовьях рек, впадающих в Северный Ледовитый океан. В основном это небольшие города или поселения с населением от 500 до 5000 человек, имеющие строгую промышленную специализацию.

Три крупнейших города, расположенных за Северным полярным кругом, находятся в России: Мурманск (325 тыс. жителей), Норильск (205 тыс. жителей) и Воркута (85 000 жителей) [1,6].

Российскую Арктику характеризуют:

- экстремальные природно-климатические условия (включая постоянный ледовый покров или дрейфующие льды в арктических морях) [4,5,6];
- несплошной характер промышленно-хозяйственного освоения территорий, низкая плотность населения;
- удаленность от основных промышленных центров, высокая ресурсоемкость и зависимость хозяйственной деятельности и жизнеобеспечения населения от поставок топлива, продовольствия и товаров первой необходимости из других регионов России;
- низкая устойчивость экологических систем, определяющих биологическое равновесие и климат Земли, и их зависимость даже от незначительных антропогенных воздействий. [3,7]

Воспользовавшись представленной информацией о географических особенностях Арктики, можно выделить траектории её туристического потенциала:

- Уникальные природа и климат, не свойственные наиболее населенным регионам России, могут представлять большой интерес у туристов;
- Хрупкость арктических экосистем выступает катализатором роста экологического туризма;
- Глобальное потепление может рассматриваться как фактор изменения климата с экстремального на приемлемый, в котором увеличивается вероятность стабильного строительства туристической и транспортной инфраструктуры, что объективно способствует усилению турпотока.
- Активное освоение Северного морского пути, развитие ледокольного флота и строительство в отдаленных арктических районах Красноярского края, Якутии, Чукотки железных дорог, которые сегодня активно поддерживаются на уровне правительства и крупного бизнеса, служат опорой для появления сначала разветвленной социальной, а затем и туристической инфраструктуры.
- Современные промышленные центры выступают точками роста туристической привлекательности региона.
- Самобытная и многообразная культура малочисленных коренных народов Севера рассматривается как источник развития этнокультурного туризма.
- Уникальная природная особенность Арктики – полярный день – может выступать основой и своеобразной «декорацией» для событийного туризма.

В качестве инструмента для оценки возможностей и рисков развития туризма в арктической зоне использовался SWOT-анализ в сочетании с методическим приемом

«Fishbone». Причем, метод «рыбьего скелета» позволил рассмотреть проблему в динамике, с возможным прогнозом развития направлений.

Так, сильными сторонами группа исследователей выделила собственно неповторимость и хрупкость природных условий Арктики, и возможность познания и развлечения в таких видах, как фотоохота на диких животных (белый медведь, овцебык, морской лев), экологическая чистка тундры от мусора, возможности исследования жизни и быта коренных народов, исследование местной кухни, особенностей ухода за северными оленями, серфинг на побережье северных морей, наблюдение за северным сиянием.

Слабыми сторонами является чрезвычайная транспортная труднодоступность региона и неразвитая инфраструктура гостеприимства. Отрасль требует значительных долговременных инвестиций, которые могут быть достаточно рискованными.

Возможности рассматриваются с точки зрения поддержки данного направления в первую очередь со стороны государства и крупных госкорпораций. Необходимо отметить, что в России утверждена Стратегия развития Арктики до 2035 года, государственные инвестиции используются для проведения активной научной работы по изучению хозяйственной деятельности региона, для прокладки транспортных путей, более эффективного использования северных рек, обновления портов, аэродромов/аэропортов, успешного внедрения новых технологий в производствах и жизнеобеспечении в экстремальных условиях арктической зоны [2,3].

Безусловно, существуют и значительные риски в отработке арктического туристического направления. Не весь регион может рассматриваться как зона комфортного туристического освоения. Наиболее труднодоступные и малонаселенные районы не смогут быть конкурентными. В целом для продвижения данного направления потребуются значительные вложения в маркетинг, так как недостаток информации вызывает недоверие и недостаточную привлекательность для потребителя.

В современных реалиях не стоит забывать и о том, что Арктика сегодня – это зона стратегических инициатив России, зона потенциального конфликта интересов приарктических государств в составе НАТО.

Между тем, тема туризма в Арктике уже нашла свой отклик в некоторых крупных российских проектах. Здесь стоит отметить опыт Русского географического общества (экологическое движение «Доброволец Арктики») [7], разработку рекомендаций по развитию туризма и создание научно-популярного контента для путешественников, продвижение образовательных туров и экспедиций в Арктику для школьников и студентов, проведение просветительских акций (например, «Всероссийский Арктический диктант») в целях популяризации и повышения интереса широкой аудитории к теме развития Арктики.

Пример успешного коммерческого проекта – это экспедиционные круизы к Северному полюсу на комфортабельном ледоколе госкорпорации «Росатом». Внутри российского рынка это пока единственное предложение [8].

В заключении необходимо отметить, что тема перспектив арктического туризма требует дополнительных исследований.

Современный мир является многообразным, сложным и быстро изменяющимся. Процессы, которые сегодня может наблюдать каждый житель планеты Земля, характеризуются очень быстрым темпом, немыслимым еще 50 назад.

Изложенные выше аргументы позволяют предположить, что комплексный подход к теме освоения Арктики не только как к природно-ресурсному региону, но и туристическому направлению, может решить задачи преодоления российской территориальной разобщенности и способствовать повышению уровня жизни населения в отдаленных и малоосвоенных районах арктической зоны.

Список литературы

1. Федеральная служба государственной статистики. Население. [Электронный ресурс] – URL:
http://www.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_main/rosstat/ru/statistics/population/demography
2. Указ Президента Российской Федерации от 26.10.2020 № 645 «О Стратегии развития Арктической зоны Российской Федерации и обеспечения национальной безопасности на период до 2035 года». [Электронный ресурс] – URL:
[<http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202010260033>]
3. Постановление Правительства Российской Федерации от 21 апреля 2014 г. № 336 «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Социально-экономическое развитие Арктической зоны Российской Федерации на период до 2020 года». Электронный ресурс. URL: <http://www.rg.ru/2014/04/24/arktika-site-dok.html>.
4. *Диденко, Н.И.* Моделирование устойчивого социально-экономического развития регионов арктического пространства РФ с использованием системы эконометрических уравнений / Диденко Н.И., Скрипнюк Д.Ф. //Стратегические приоритеты развития Российской Арктики. М.: Наука 2015– с.368
5. *Красулина, О.Ю.* Роль человеческого капитала в развитии Арктической зоны РФ// НОУДПО «Санкт-Петербургский институт проектного менеджмента» Международная научно-практическая конференция Современные модели развития в аспекте глобализации. КультИнформПресс» – город Санкт-Петербург, 15.08.2015.
6. Арктическая зона Российской Федерации (АЗРФ) – область транспортно-экономического влияния Северного морского пути. [Электронный ресурс] – URL: <https://neftegaz.ru/tech-library/geografiya/668885-arkticheskaya-zona-rossiyskoj-federatsii-azrf/>
7. В Арктику – вместе с РГО: Доброволец Арктики. [Электронный ресурс] – URL: <https://arctica.rgo.ru/>
8. Арктические экспедиции «Росатома». [Электронный ресурс] – URL: https://www.rosatom.ru/journalist/news/pyataya-arkticheskaya-ekspeditsiya-ledokol-znaniy-vpervye-stanet-mezhdunarodnoy/?sphrase_id=5900432

СЕКЦИЯ 1. ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ГОСТЕПРИИМСТВА И РАЗЛИЧНЫХ ВИДОВ СЕРВИСА

УДК 635.8:006.83

Медведкова Инна Игоревна,

SPIN-код: 2568-0744

кандидат технических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет

экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,

Донецк

Попова Наталья Александровна,

SPIN-код: 8735-4008

кандидат технических наук, доцент

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет

экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского»,

Донецк

КОНТРОЛЬ БЕЗОПАСНОСТИ ГРИБНОЙ ПРОДУКЦИИ В ОБЩЕСТВЕННОМ ПИТАНИИ ДЛЯ ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *индустрия гостеприимства, качество, общественное питание, грибная продукция, контроль безопасности.*

АННОТАЦИЯ. *В статье освещен вопрос услуги качественного здорового питания в сфере гостеприимства. Изучены требования стандартизации для контроля и проверки на примере грибной продукции, в частности свежих культивируемых грибов, на соответствие нормативным показателям качества для безопасного употребления в пищу в общественном питании в индустрии гостеприимства. Промышленное грибоводство, интенсивное развитие которого наблюдается в последние тридцать-сорок лет, базируется на современных экологически чистых технологиях, обеспечивающих получение высоких урожаев плодовых тел за счет контроля наиболее важных функций грибного организма*

Medvedkova Inna Igorevna,

SPIN code: 2568-0744

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

Donetsk National University of

Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky,

Donetsk

Popova Natalia Alexandrovna,

SPIN code: 8735-4008

Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

Donetsk National University of

Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky,

Donetsk

MUSHROOM PRODUCT SAFETY CONTROL IN PUBLIC CATERING FOR THE HOSPITALITY INDUSTRY

KEYWORDS: *hospitality industry, quality, catering, mushroom products, safety control.*

ANNOTATION. *The article highlights the issue of quality healthy food services in the hospitality industry. The requirements of standardization for control and verification on the example of mushroom products, in particular fresh cultivated mushrooms, for compliance with regulatory quality indicators for safe consumption in public catering in the hospitality industry have been studied. Industrial mushroom farming, the intensive development of which has been observed in the last thirty to forty years, is based on modern environmentally friendly technologies that ensure high yields of fruit bodies by controlling the most important functions of the fungal organism.*

Индустрия гостеприимства – это межотраслевой комплекс, специализирующийся на обслуживании приезжающих в данную местность людей и включающий совокупность средств размещения, общественного питания, объектов познавательного, развлекательного, делового, оздоровительного и спортивного назначения. Индустрия гостеприимства обычно объединяет все услуги и сервисы, которые оказывают гостю, начиная с этапа заказа путешествия [1].

Эксперты включают в структуру индустрии разные направления бизнеса, наиболее популярная классификация состоит из 5 секторов: заведения общественного питания; проживание; транспортное обслуживание; торговое обеспечение; рекреация. В индустрии гостеприимства все сектора тесно взаимодействуют.

Услуги по предоставлению еды и напитков, которые оказывают широкому кругу клиентов (туристам или местным жителям), составляют основу индустрии гостеприимства, так как это позволяет не только обеспечить необходимые жизненные потребности, но и помогает людям разнообразно проводить досуг, общаться, испытывать новые эмоции.

Рестораны предлагают гостям разные виды обслуживания: от тематического меню и шведского стола до банкета. В ресторане посетители могут не только получить удовольствие от еды и напитков, но насладиться сервисом, дополнительными услугами (концертом, шоу, меропрятием) [1].

Для предприятий общественного питания интерес может представлять продукты культивирования грибной продукции, выращенной в регулируемых условиях [5].

Целью данной работы является изучение требований стандартизации для контроля и проверки грибной продукции, в частности свежих культивируемых грибов, на соответствие нормативным показателям качества для безопасного употребления в пищу в общественном питании в индустрии гостеприимства.

Свежие культивируемые грибы – важный источник питания, имеют ряд преимуществ перед другими пищевыми растительными продуктами питания [4]:

– Хорошее настроение и крепкие кости. Грибы содержат витамин D. Этот витамин положительно влияет на наше настроение и поддерживает здоровье костей.

– Увеличение энергии. Витамины группы В необходимы человеку для сохранения энергетического баланса. Белые и вешенки содержат довольно много витаминов В2 и В3. Еще грибы богаты медью, которая также важна для поддержания сил и активности.

– Польза для мочевыделительной системы. Известно, что шиитаке полезны для мочевого пузыря из-за большого содержания в них селена.

– Польза для иммунитета. Есть некоторые исследования, демонстрирующие, что белые грибы могут благотворно влиять на иммунитет. Это происходит в том числе благодаря пребиотическим веществам, которыми они богаты. Пребиотики активизируют рост полезных бактерий в кишечнике.

– Польза для сердца, сосудов и пищеварения. Все грибы содержат клетчатку, которая снижает уровень холестерина и поддерживает здоровье сердца и пищеварительной системы. Также в них есть калий, который благотворно влияет на состояние сердечно-сосудистой системы.

– Контроль сахара в крови. Клетчатка, содержащаяся в грибах, помогает поддерживать оптимальный баланс сахара в крови, что снижает риск развития сахарного диабета второго типа.

– Контроль массы тела. Грибы имеют высокую пищевую ценность и практически не содержат калорий. Это идеально, если вы хотите похудеть или поддерживать здоровый вес. С небольшим количеством калорий вы получаете много питательных веществ и чувствуете себя сытыми в течение длительного времени.

– Антиоксидантные свойства. Известно, что фрукты и овощи содержат много антиоксидантов, защищающих клетки организма от окисления. Грибы содержат столько же антиоксидантов, сколько красный перец.

Грибоводство играет значительную роль в обеспечении населения экологически чистой белоксодержащей продукцией и перерабатывающей отрасли национальной экономики – сырьем, следовательно, проверка грибной продукции на соответствие нормативным показателям (ветеринарно-санитарная экспертиза грибов) должна осуществляться сертифицированными лабораториями при государственных центрах стандартизации и метрологии или частными аккредитованными лабораториями [7]. Соответствие качества грибов требованиям нормативной документации до их потребления и переработки приведет к увеличению спроса на данный продукт в общественном питании.

Большинство грибов относятся к дикорастущим видам и подлежат сбору в летне-осенний период. Искусственно культивируют лишь немногие виды грибов (шампиньоны, вешенки).

Опасность дикорастущих грибов для здоровья человека заключается в их высокой способности накапливать в больших количествах радионуклиды, тяжелые металлы, агрохимикаты и другие чужеродные соединения. Поэтому, покупая грибы, не лишним будет поинтересоваться местом их сбора – важно, чтобы они были собраны в местах с благоприятной экологической обстановкой [6].

Приобретать грибы лучше в промышленной упаковке. Не следует покупать переросшие, дряблые, поврежденные личинками и плесенью грибы.

Промышленное грибоводство, интенсивное развитие которого наблюдается в последние тридцать-сорок лет, базируется на современных экологически чистых технологиях, обеспечивающих получение высоких урожаев плодовых тел за счет контроля наиболее важных функций грибного организма. Оценка качества грибов проводится на основании анализа совокупности показателей: внешний вид, размер, форма, наличие дефектов и повреждений, степень зрелости, допустимое количество токсичных веществ (тяжелые металлы, радионуклиды). Для каждого вида продукта экспериментальным путем определяют границы, при которых устанавливается оптимальный баланс товарных и вкусовых качеств, происходит классификация на категории и сорта. Требования к качеству грибов устанавливаются государственными стандартами.

В настоящее время научными исследованиями по культивированию грибов занимаются практически во всех странах СНГ. Основные научно-методологические центры располагаются в Москве, Новосибирске, Минске и Кишиневе. В Белоруссии первые поисковые исследования по вопросам культивирования съедобных грибов были начаты еще в 1971 году в институте БелНИИЛХ и продолжают по настоящее время в Институте леса НАН Белоруссии. Разработаны и внедрены в практику новые биологически активные добавки (БАД) на основе лекарственных грибов (шиитаке, майтаке, рейши, трутовика), содержащих биологически активные вещества – БАВ (белки, аминокислоты, полисахариды, липиды, фенольные соединения, тритерпеноиды, витамины, антиоксиданты, микро- и макроэлементы) которые

могут быть использованы в фармацевтике и обладают противолучевыми свойствами [2]. В то же время ведутся исследования по разработке технологии получения биологически активных добавок лечебно-профилактического действия из грибов шиитаке.

Вот некоторый перечень документов, действие которых распространяется на территории Российской Федерации:

- ТУ 01.13.80-001-19345534 – 2017 «Грибы. Вешенка свежая»
- ГОСТ Р 33492-2015 «Грибы. Белые свежие» Технические условия
- ГОСТ Р 53082 – 2008 (ISO 7561:1984) «Грибы. Шампиньоны культивируемы свежие».

В международной практике качество грибов нормируется стандартами CODEX STAN 38-1981, CODEX STAN 39-1981 и CODEX STAN 55-1981; качество белых грибов отдельным стандартом ЕЭК/ООН FFV-54. На грибы рода *Agaricus* (шампиньоны) распространяются требования стандарта ЕЭК/ООН FFV-24.

Условия хранения, срок годности грибов – для обеспечения стабильности товарного вида продукции во время хранения необходимо правильно собрать и подготовить грибы:

- Сбор осуществляют на этапе технической зрелости продукта, на дальнейшем этапе развития качество плодовых тел ухудшается;
- Грибы легко поддаются механическим повреждениям, поэтому манипуляции по сбору, упаковке проводят вручную;
- Друзы вешенок и ножки шампиньонов извлекают из субстрата выкручиванием, излишки субстрата удаляют встряхиванием (неподрезанные шампиньоны), аккуратно срезают с друз или ножек (перпендикулярно длине);
- Обязательно проводить предварительное охлаждение. Начало процесса – установление температуры помещения на 2° С ниже, чем у товарной массы. Когда температура плодовых тел и воздуха выравнивается, продолжают охлаждение до требуемых условий. Процедура способствует снижению потерь массы продукта, сохранению изначальных свойств и увеличению срока хранения;
- Травматизм грибов снижается за счет применения упаковки. Функции упаковки: защита от механического воздействия, избытка влаги, высыхания, повышение презентативности товара. Расфасовка грибов производится после предварительного охлаждения;
- Созревание спор и биохимические процессы (активность ферментов) в плодовых телах происходят при температуре $\geq +4^{\circ}$ С. При хранении свежих грибов в таких условиях наблюдается изменение окраски (потемнение), раскрытие шляпок, ухудшение товарного вида [8].

Органолептические показатели необработанных грибов, характеристика и норма: здоровый внешний вид: целые, свежие, упругие, чистые, но не мытые, наружные покровы без болезненных пятен и грубых повреждений, допускаются единичные незначительные дефекты (пятна, вмятины, трещины), если не страдает товарный вид и длительность периода хранения, ножка не содержит остатков субстрата (исключение – неподрезанные шампиньоны), форма соответствует ботаническому сорту. Партии шампиньонов регламентируются по степени зрелости (закрытые, открытые, с плоской шляпкой). Окраска соответствует видовым особенностям: цвет шляпки – от белого до коричневого, ножка – белая, мякоть белая с серым (вешенка), розовым (шампиньон) оттенками. Запах и вкус – типичный для данного вида, без примесей. Размеры: диаметр шляпки – 3–13 см, длина от основания до шляпки ≤ 10 см для вешенки, диаметр шляпки от 1,5 см до 10 см для шампиньонов высшего и первого сорта $\geq 1,5$ см для грибов второго сорта.

Не допускается наличие [3]:

- примесей грибов других видов;
- серьезных повреждений тела гриба;
- грязных, скользких, вялых, мокрых грибов;

- торфа, опилок, соломы в случае переработки продукции;
- вредителей (черви и др.);
- материала, зараженного болезнями (гниль, плесень и др.).

Транспортировка необработанной продукции производится машинами с холодильными установками (рефрижераторами). На паллеты устанавливают ящики таким образом. Чтобы обеспечить свободную вентиляцию воздуха в массе, избежать сдавливания и повреждения грибов.

Несмотря на наличие полезных веществ и витаминов, грибы следует употреблять не чаще 1-2 раз в неделю небольшими порциями (не более 100 г) или в составе сложных блюд. Это связано с их низкой пищевой ценностью, плохой перевариваемостью организмом, а также низкой усвояемостью полезных веществ (не более 40%). Грибная клетчатка, пропитанная хитином, очень стойким соединением, не только не переваривается, но и затрудняет доступ пищеварительных соков к остальной пищевой массе.

Не рекомендуется употреблять в пищу грибы детям, беременным или кормящим женщинам, а также есть много грибов на ночь. Лучше будет полностью исключить из своего рациона питания грибы, если есть заболевания почек, печени, желудочно-кишечного тракта.

Список литературы

1. Индустрия гостеприимства [Электронный ресурс] // Сайт Touristam.com – URL: <https://touristam.com/hospitality-industry.html> (Дата посещения 02.09.2024).
2. *Зименко, А.В.* Влияние субстрата на урожайность, пищевую ценность и длительность хранения грибов вешенка обыкновенная: автореф. дис. ... канд. техн. наук: 05.18.03 / Александр Васильевич Зименко. Москва, 1997. 18 с.
3. *Макарова, Е.В.* Оценка потребительских свойств и сохраняемости вешенки обыкновенной культивируемой: дис. ... канд. техн. наук: 05.18.15 / Елена Владимировна Макарова. Новосибирск, 2006. 186 с.
4. *Mattila P., Konko K., Eurola M. et al.* Contents of vitamins, mineral elements, and some phenolic compounds in cultivated mushrooms // *J. Agricult. and Food. Chem.* – 2001.
5. *Медведкова, И. И.* Обеспечение сохранения потребительских свойств культивируемых грибов с помощью низких температур / И. И. Медведкова, Н. А. Попова // Научное творчество молодежи в индустрии гостеприимства : Материалы VI Всероссийской научно-практической конференции с международным участием студентов, аспирантов и молодых ученых, Донецк, 14–15 марта 2024 года. – Москва: ООО "Издательство "Перо", 2024. – С. 278-280. – EDN GWGQHT.
6. *Морозов, А.И.* Вешенка. Шампиньон. Сиитаке. Выращивание, переработка, применение. Донецк.: Мультипресс, 2011. 288 с.
7. *Попова, Н. А.* Перспективы и развитие технологии производства в ресторанном бизнесе / Н. А. Попова, И. И. Медведкова, О. С. Швиндина // Стратегия развития индустрии гостеприимства и туризма : материалы VII Международной Интернет-конференции, Орел, 22 января – 26 2018 года. – Орел: Орловский государственный университет им. И.С. Тургенева, 2018. – С. 492-495. – EDN YWLRQC.
8. *Flegg P.* Temperature-induced synchronisation of sporophore production in the mushroom *Agaricus* / P. Flegg // *Sc. Hortic.* – 1980. – V. 13. – P. 307÷314.

УДК 3.373.79.81

Мануйлова Ольга Сергеевна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Гостиничное дело»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Волина Елена Анатольевна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Гостиничное дело»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Рындач Марина Алексеевна,

SPIN-код: 3535-5987

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

ОБУЧЕНИЕ ПЕРСОНАЛА В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМТВА – ТРЕНД ИЛИ НЕОБХОДИМОСТЬ?

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *обучение персонала, кадровый потенциал, человеческие ресурсы, конкурентоспособность организации, профессиональный уровень.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассмотрена актуальность обучения и подготовки кадров в сфере гостеприимства, выявлены основные проблемы и риски отсутствия системы обучения на предприятиях, определены основные факторы увеличения эффективности работы предприятия при непрерывном системном обучении персонала. Разработаны рекомендации по решению проблем подготовки кадров в сфере гостеприимства.*

Manuilova Olga Sergeevna,

2st year student of the master's degree, the field of study «Hotel business»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Volina Elena Anatolyevna,

2st year student of the master's degree, the field of study «Hotel business»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Ryndach Marina Alekseevna,

SPIN code: 3535-5987

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

IS STAFF TRAINING IN THE HOSPITALITY INDUSTRY A TREND OR A NECESSITY?

KEYWORDS: *personnel training, human resources, human resources, competitiveness of the organization, professional level, innovative training.*

ANNOTATION. *The article examines the relevance of education and training of personnel in the hospitality industry, identifies the main problems and risks of the lack of a training system at*

enterprises, determines the main factors for increasing the efficiency of an enterprise with continuous systematic training of personnel. Recommendations for solving the problems of training personnel in the hospitality industry are developed.

Обучение персонала – один из важнейших бизнес-процессов любой современной компании. Достижение успеха и стратегических целей напрямую зависит от грамотно обученных специалистов. В этой статье мы рассмотрим цели и способы обучения сотрудников.

Лишь 58% российских компаний инвестируют в обучение сотрудников – такие данные получили исследователи сервисов Работа.ру и СберПодбор по результатам опроса. По мнению экспертов, игнорирование процесса обучения и развития персонала зачастую приводит к уменьшению производительности труда, постоянному оттоку кадров, а также к общему угнетению настроения и морального духа сотрудников. За этим, в свою очередь, следует увеличение расходов на найм и обучение нового персонала. Кроме того, отсутствие программ повышения квалификации ограничивает потенциальный рост сотрудников – а вместе с ними и всей компании. Иными словами, отсутствие обучения обойдется очень дорого – гораздо дороже, чем стоили бы сами тренинги и курсы.

К сожалению, многие организации продолжают воспринимать обучение персонала как расходы, а не инвестиции. В результате работники теряют мотивацию, а ресурсы компаний не используются должным образом и в должной мере. Возьмем, например, сферу гостеприимства, где отсутствие у персонала необходимых навыков с легкостью может оттолкнуть гостей.

Есть мнение, что лучше нанять новых сотрудников, чем обучать новым знаниям тех, кто уже работает в компании. Но это распространённая организационная ошибка. Работник, уже имеющий практический опыт работы на предприятии всегда лучше, чем новичок. Организация процесса обучения персонала не так дорого стоит, а в постоянно меняющихся условиях рынка, обучать уже приходится и новых.

Поэтому лучшее решение – это обучать своих работников, а не нанимать тех, кто может казаться более квалифицированным из-за наличия диплома. Обучая своих сотрудников, вы будете полностью уверены в том, какие знания получил человек и насколько правильно он их понял [1].

Обучение и удержание сотрудников экономически более эффективно, чем найм новых. Стоимость найма нового сотрудника может быть весьма значительной и составлять до 30% от его годовой заработной платы. Обучение уже имеющихся однозначно обходится дешевле, требует меньше времени и дает лучший результат. Обычно расходы на найм новых сотрудников составляют 12% от всех расходов компании и могут достигать до 40% в компаниях с большим оттоком персонала.

Можно ли обойтись без системного обучения персонала?

В современных реалиях – нет. И сегодня это в первую очередь связано с постоянным развитием технологий и изменением рынка. Для развития и успеха компании, система обучения сотрудников просто необходима [6].

Зачем обучать сотрудников:

- Создание квалифицированной команды. Обучение персонала в организации помогает сформировать команду профессионалов, которые могут работать эффективно и достигать целей компании;
- Формирование общего информационного поля. Благодаря обучению все сотрудники имеют одинаковое понимание целей и процессов компании;
- Способность владеть ситуацией. Обученные сотрудники могут быстро реагировать на изменения рынка и технологий, решая проблемы и находя новые возможности;
- Интеграция персонала. Все сотрудники вливаются в производственные и бизнес-процессы компании;

- Поддержание качества. Программы для обучения помогают поддерживать высокий уровень качества продукции или услуги;
- Снижение ошибок. Сотрудники допускают меньше ошибок, увеличивая эффективность и снижая затраты;
- Рост продаж. Проведение обучения помогает увеличить продажи, улучшить конверсию и увеличить прибыль компании;
- Оптимизация и удешевление производства;
- Внедрение нововведений. С помощью обучения можно быстрее и эффективнее внедрять нововведения в работу компании.

Корпоративное обучение – это не просто инструмент для роста компании. Это также путь к личному и профессиональному развитию каждого сотрудника [1].

Руководителям важно отдавать себе отчет в том, что сотрудники – не расходный товар, и что вложения в их рост и развитие чрезвычайно важны для успеха организации: предоставление возможностей для повышения квалификации, программ обучения и регулярная обратная связь помогут сотрудникам совершенствовать свои навыки и чувствовать себя уверенно в своем деле. Это не только приведет к увеличению производительности, но также увеличит удовлетворение от работы и вовлеченность, а значит, поможет удержать сотрудников и снизить отток персонала.

Зачем обучение сотрудникам:

- Не просто выполнять работу, а делать это осознанно, понимая каждый шаг;
 - Поддерживать свою квалификацию на высоком уровне и даже улучшать ее;
 - Расширить горизонты, получив новые знания, которые выходят за рамки текущей специализации;
 - Глубже понять, как работает компания, и как роль сотрудника влияет на общую картину;
 - Повысить свою компетентность в областях планирования и организации своей работы;
 - Улучшить взаимодействие с коллегами, достигая согласованности в действиях и целях.
- Правильная организация обучения сотрудников в конечном итоге позволяет гарантированно получить экономическую выгоду для предприятия. А для сотрудников повышение квалификации дает уверенность в своей компетентности, сохранении рабочего места и высокий профессиональный статус, который, опять же, положительно влияет на развитие предприятия.

Вложения в обучение и благополучие сотрудников – не акты доброты и благотворительности, а прямые инвестиции в успех компании. Исследования показывают, что удовлетворенные своим положением на работе сотрудники трудятся более продуктивно и с большей отдачей, а также в целом более лояльны к компании, что однозначно положительно отражается на доходах организации.

В наши дни сотрудники, в особенности молодое поколение, придают большое значение обучению и возможностям продвижения по службе. Опрос, проведенный компанией Pricewaterhouse Coopers, показал, что эти параметры занимают одни из первых мест в списке характеристик, благодаря которым организации становятся привлекательными для наемного персонала:

- Возможности для продвижения по службе – 52%;
- Конкурентная зарплата и другие методы финансового стимулирования – 44%;
- Высококачественные программы обучения/повышения квалификации – 35%;
- Социальный пакет – 31%;
- Гибкий график работы – 21% [6].

– В свою очередь, согласно исследованию компании IBM, сотрудники, которые ощущают «потолок» роста и отсутствие возможности достичь своих карьерных целей, в 12 раз чаще расстаются со своим работодателем.

– Какое обучение может быть?

Внутреннее обучение. Проводится внутри вашей компании и основано на программах, разработанных самой организацией. Такая стратегия развития персонала обычно проводится без отрыва от производства на рабочем месте: сотруднику предоставляются актуальные рабочие инструменты, с которыми он будет взаимодействовать после прохождения обучения [8].

Внешнее обучение. Проводится вне вашей компании и осуществляется другими организациями. Как правило, сотрудники обучаются с отрывом от производства вне рабочей обстановки. Они получают знания не на рабочем месте, а в специальном учебном заведении или центре, обычно с использованием упрощенного оборудования и инструментов.

В современном бизнесе управление развитием персонала становится все более важным. Оно включает в себя не только обучение новым навыкам, но и поддержку непрерывного профессионального развития сотрудников. Внешние учебные центры, выдающие аттестаты государственного образца, традиционно различают несколько видов обучения [5]:

– Первичная подготовка. Изначальное обучение специалистов в той или иной сфере, располагающих всеми необходимыми знаниями и навыками для осуществления профессиональной деятельности.

– Повышение квалификации. Обучение с целью повышения уровня знаний и навыков, в связи со сменой должности или для желающих улучшить свои профессиональные навыки.

– Переподготовка. Приобретение новых навыков и знаний для дополнительного профессионального образования. Переподготовка рассчитана на тех, у кого уже есть высшее, либо среднее профессиональное образование.

Обучение сотрудников в современной компании должно иметь непрерывный характер. Это обусловлено:

– Развитием новых технологий и ускорением их внедрения в реальный бизнес;

– Высокой конкуренцией на рынке, в которой побеждают те, кто больше знает и умеет;

– Непрерывной потребностью получать высокую отдачу от персонала и увеличивать эффективность работы.

Применяя навыки и знания полученные в процессе обучения, каждый работник улучшает свои показатели, что в совокупности повышает конкурентоспособность всей компании. После проведения обучения сотрудников каждый из них становится более вовлеченным в технологический процесс, то есть работает осознанно, с пониманием своей роли и вклада в общее дело [7].

Исследование бизнеса 2500 компаний, проведенное сервисом ATD, показало, что компании, которые предлагают тщательно продуманное обучение, зарабатывают на каждом сотруднике в два раза больше, чем организации, которые меньше заботятся о повышении квалификации персонала.

Очевидно, что инвестиции в обучение сотрудников жизненно важны для любой организации, стремящейся к успеху, особенно в сфере гостеприимства.

Согласно отчету Deloitte, бюджеты на обучение персонала увеличиваются из года в год. И вполне разумно ожидать, что эта общая тенденция сохранится по мере того, как темпы технологических изменений увеличиваются, а борьба за платежеспособных гостей становится все более конкурентной.

Эффективное обучение помогает сотрудникам лучше справляться с поставленными перед ними задачами, что ведет к увеличению продуктивности. Кроме того, обучение демонстрирует сотрудникам, что компания понимает их ценность и заботится о них, что повышает их лояльность и помогает избежать оттока персонала.

Список литературы

1. Пилипенко, Н. М. Формирование квалифицированных рабочих кадров. / Н.М. Пилипенко. – М.: Экономика, 2021. – 253 с.
2. Шифрин, М.Б. Стратегический менеджмент: 2-е изд.. М.Б. Шифрин. – СПб.: Питер, 2019. – 35 с.
3. Форсиф, П. Развитие и обучение персонала: Монография. / П. Форсиф. – СПб.: Нева, 2018. – С. 40- 46
4. Соловьёв, Л.А. Илюхина Обучение и развитие персонала: Учебное пособие / Л.А. Соловьёв. – Изд.:Самарского государственного экономического университета, 2019 – 16 с.
5. Попова А.В. Система обучения персонала в организации / А.В., Попова // Инновации в науке. – 2018. – № 4. – 26-30 с.
6. Родин, Д.В. Современные стратегии обучения персонала организации: теория и практика // Конкурентоспособность в глобальном мире: экономика, наука, технологии, 2017. – С. 1371-1375
7. Цыпкин, Ю. Управление персоналом: Учебное пособие / Ю. Цыпкин. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. – 326 с.
8. Кязимов, К. Г. Внутрифирменное обучение и развитие персонала / К.Г. Кязимов. – М.: МИК, 2013. – 240 с.

УДК 379.82

Рыбакова Елена Владимировна,

SPIN-код: 6392-1234

старший преподаватель кафедры педагогики ФГБОУ
ВО «Уфимский университет науки и технологий»,
Уфа

Гаязова Гульшат Анифовна,

SPIN-код: 5422-0430

к.м.н., доцент кафедры педагогики
ФГБОУ ВО «Уфимский университет науки и технологий»
Уфа

Рыбаков Дмитрий Геннадьевич,

SPIN-код: 8841-8241

сетевой администратор, Межрегиональная Межведомственная
Интернет-Гостиница «Белая Речь», Белорецк

РЕКРЕАЦИОННАЯ ИНКЛЮЗИЯ КАК СРЕДСТВО ОБОГАЩЕНИЯ СФЕРЫ УСЛУГ, ОБЕСПЕЧЕНИЯ ПРАВ МАЛОМОБИЛЬНЫХ ГРАЖДАН И СЕМЕЙ И ПРИВЛЕЧЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ КЛИЕНТСКИХ ПОТОКОВ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *рекреационная сфера, здоровьесбережение, импортозамещение, инклюзия, адаптация.*

АННОТАЦИЯ. *Культура оздоровительного отдыха предполагает своевременное и качественное соответствие места, времени, условий и определённых видов занятости граждан, семей и сообществ. Здесь есть устойчивые ориентиры, лидеры спроса и эффективности, локальные, частные субъекты туризма, оздоровления граждан,*

ценностные объекты и персоналии. Вопросы повышения эффективности, спроса, рентабельности, сохранности и устойчивости природных и иных объектов туристически-оздоровительного значения в настоящее время весьма проблематичны, требуют и государственной заботы, и общественной ответственности. Вместе с тем есть и ещё одна область, требующая повышения эффективности и безопасности курортного отдыха и оздоровления – дети и подростки с особенностями в развитии, чьё пребывание в местах курортного отдыха и оздоровления может и должно приобрести более эффективный, комфортный для всех отдыхающих, социально привлекательный и экономичный характер, способствующий повышению рентабельности, востребованности организаций курортно-оздоровительного значения, соответствующий требованиям эффективного импортозамещения и конкурентоспособности. За счёт подготовленности к новым местам, впечатлениям, образу жизнедеятельности, культурно-языковых адаптивных компонентов деятельности следует повышать комфортность, безопасность, эффективность адресной поддержки детей и подростков в рекреационных пространствах, способствуя совершенствованию их программно-компетентностной сферы и психоэмоционального самочувствия.

Rybakova Elena Vladimirovna,

SPIN code: 6392-1234

Senior Lecturer at the Department of Pedagogy
of the Ufa University of Science and Technology,
Ufa

Gayazova Gulshat Anifovna,

SPIN code: 5422-0430

PhD, Associate Professor of the Department of Pedagogy
of the Ufa University of Science and Technology,
Ufa

Rybakov Dmitry Gennadievich,

SPIN code: 8841-8241

network administrator,
Interregional Interdepartmental Internet Lounge«Belaya Rech»
Beloretsk

RECREATIONAL INCLUSION AS A MEANS OF ENRICHING THE SERVICE SECTOR, ENSURING THE RIGHTS OF PEOPLE WITH LIMITED MOBILITY AND FAMILIES AND ATTRACTING ADDITIONAL CLIENT FLOWS

KEYWORDS: *recreational sphere, health protection, import substitution, inclusion, adaptation.*

ANNOTATION. The culture of health recreation assumes timely and high-quality compliance of place, time, conditions and certain types of employment of citizens, families and communities. There are stable benchmarks, leaders of demand and efficiency, local, private subjects of tourism, health improvement of citizens, valuable objects and personalities. The issues of increasing the efficiency, demand, profitability, safety and sustainability of natural and other objects of tourism and health significance are currently very problematic, they require both state care and public responsibility. At the same time, there is another area that requires increasing the efficiency and safety of resort recreation and health improvement – children and adolescents with special needs, whose stay in places of resort recreation and health improvement can and should acquire a more efficient, comfortable for all vacationers, socially attractive and economical character, contributing to an

increase in profitability, demand for organizations of resort and health significance, corresponding to the requirements of effective import substitution and competitiveness. Due to the preparedness for new places, impressions, lifestyle, cultural and linguistic adaptive components of the activity, it is necessary to increase the comfort, safety, and effectiveness of targeted support for children and adolescents in recreational spaces, contributing to the improvement of their program-competency sphere and psycho-emotional well-being.

С античных времён устанавливаются и применяются для эффективного отдыха, оздоровления, «перемены мест» и образа жизни особенные места нашей планеты [9], жемчужины ландшафтов и оздоровительных возможностей, многие из них стали экокультурными и историческими ориентирами, литературными и художественными объектами, местом притяжения, мечты, романтических ожиданий и переосмысления жизни людьми.

Историю описания ландшафтов и локаций [7], форм туристической активности, а также спектр и качество услуг изучали Махов С.Ю., Р.Б. Елюбаев, Е.А. Шайхыалиев [3], а также другие учёные [5].

Туристическую сферу настоящего времени исследуют О.А. Аничкин, Н.В. Капустина [6], И.Ю. Пономарева, С.В. Шайтура, Р.А. Заплатаина, А.Ю. Горбунов, А.А. Адаменко, Н.Г. Парсядянян, Г.С. Турдиева и др.

Культура, языковое своеобразие, новые впечатления, оздоровление и отдых – неопценимые возможности хорошо организованного пребывания граждан и семей на курортах в условиях прогресса мирового курортного бизнеса и развития научных процессов – компоненты унифицированного и индивидуализированного развития для каждого субъекта курортно-оздоровительной направленности. Медицинские, ландшафтные, историко-культурные преимущества, сервис и присутствие известных лиц, события и реалии – все эти и другие компоненты организуются в гармонии, саморазвитии, определены в перспективе.

Импортозамещение в текущих условиях глобальной напряжённости не только требует от нас обновления спектра и повышения, позиционирования, продвижения качества услуг на территории РФ, в других территориальных и государственных субъектах, но и концептуального, высококонкурентного, перспективно значимого и жизнеспособного преобразования всего рекреационного кластера с предвосхищением новых запросов граждан и их сообществ, вызовов новых этапов социального развития и адаптивности средств, пространств, готовности к диалогу и динамизму самобытного саморазвития курортно-оздоровительных институций.

Подготовка к новым условиям улучшает условия адаптации, получения адресной помощи, индивидуальному предоставлению услуг по запросу даже в отношении бывалых курортников и путешественников [10; 4].

Но есть категории граждан и семей, чьё пребывание даже в самых комфортных в целом условиях может быть напряжённым, дискомфортным и даже представлять значительные риски.

Это не только дети и взрослые со значительными проблемами здоровья, для некоторых взрослых и детей могут стать значимыми психострессирующие обстоятельства, переутомление, скрытое, недиагностированное течение заболевания, неявные дефициты сенсорной, моторной сферы и др.

Но, конечно, категорию особенного внимания (и, к сожалению, риска) представляют детей и подростки с особенностями в развитии, чья готовность к курортно-оздоровительному отдыху может быть переоценена их близкими.

По ряду объективных и субъективных причин этим детям бывает затруднительно своевременно освоить программные навыки, заботливые родители находят для них репетиторов, логопедов, дефектологов и т.д., чтобы в индивидуальном порядке дети смогли преодолеть социально-образовательные дефициты.

В отпускной период, во время каникул, когда детям с ОВЗ целесообразно, казалось бы, более плотно готовиться к очередному этапу обучения, многие родители совершенно правомерно озадачиваются оздоровлением ребёнка, чьи соматические компоненты статуса, как правило, коррелируют с проблемами нейropsychического состояния.

К сожалению, уровень социально-государственной поддержки, обеспеченный совместными усилиями государства, социума, сообществ граждан с инвалидностью и родителей детей-инвалидов, не всегда покрывает их социально-образовательные потребности даже в силу ограниченной работоспособности, снижения мотивированности образовательной занятости обучающихся, необходимости поддержания охранительного режима и других аспектов адресного сопровождения.

И вот здесь следует системно обеспечивать право детей и подростков на преемственную адаптивность среды при подготовке к курортно-оздоровительному сезону.

Мало просто привезти ребёнка, группу детей с особыми образовательными потребностями в замечательное место, обеспечить физическую безопасность и относительную безбарьерность среды. Статусная составляющая организации, предприятия, создающих и развивающих на своей территории действительно комфортную, развивающую безбарьерную среду (несколько утратившая было своё значение в период КОВИД-изоляции, а также в связи с социально-политическими, экономическими глобальными обстоятельствами), ныне снова занимает всё большее место в рейтинговых и самобытных конкурентных, импортозаместительных позициях.

Целостное, системообразующее обеспечение потребностей маломобильных групп населения обретает ныне инклюзивный характер.

Об инклюзии следует говорить не только в отношении обеспечения прав и потребностей детей и взрослых граждан с особенностями в развитии, но, в соответствии с современными концепциями, необходимо направить усилия на благоприятную поддержку всех возрастных, социальных, нозологических групп.

Подобно тому, как ныне в русле инклюзивного сопровождения рассматривается культурно-лингвистическое обеспечение социально-образовательных прав не только групп, имеющих трудности в адаптации в иноязычной для них среде обучения и жизнедеятельности в целом, – но и проблемно-ресурсное моделирование адаптивного пространства в интересах всех граждан, со всеми вариантами личностно-компетентностной готовности и активности.

Так и в отношении адресной поддержки детей с особенностями в развитии мы, с одной стороны, моделируем для них комфортную, безопасную, развивающую нишу в соответствии с их категорией маломобильности и потребности в безбарьерной среде с обеспечением адресных средств категориальной и индивидуальной поддержки, с другой – должны способствовать формированию открытого социального пространства, где комфортно и безопасно всем присутствующим, а наличие в составе сообществ лиц той или иной маломобильной категории отнюдь не отягощает окружающих, а, напротив, создаёт определённые предпочтения данному варианту социально-оздоровительного пространства за счёт преемственности передовых и эффективных технологических средств, мягкого моделирования коммуникативной сферы и возможности непосредственно наблюдать проявления личной привлекательности и эффективности граждан с нарушениями в развитии, их самобытности и увлекательности общения с ними самими и их окружением.

Весьма высокую социальную привлекательность в данном русле имеют такие артефактные проявления в этой среде, как взрывная самоактуализация, сверхкомпенсаторные проявления, трансполяция технологической эффективности развивающих педагогических ресурсов, самобытность развития детей и т.п.

Минимизация психоэмоциональной напряжённости, сенсорной дезадаптации, ограничения восприимчивости барьерных и предполагает комплекс обычных, классических и инновационных, мер, но обширный спектр задач, решаемых в процессе культурно-курортного

оздоровления и развивающей активности детей, требует и специфических для данной формы поддержки детей средств, в том числе – темпорального значения.

Для многих категорий детей и подростков необходимы более эффективная актуализация в сознании и практике ресурсов новых мест, форм активности в подготовительный период.

За счёт предшествующей работы, с включением поисковой, когнитивной, проектно-креативной, игровой, эмоциональной активности ребёнок часть предстоящих событий (не слишком, конечно, обширную) проживает в своём воображении и занимательном взаимодействии с близкими, специалистами, в окружении наглядных объектов – которые он впоследствии распознает с индивидуально для него приемлемыми скоростью восприятия, объёмом внимания, с учётом истощаемости нервно-психических процессов либо двигательного беспокойства, характерного для перевозбуждения на новом месте.

Этот период становится сам по себе значимым опытом для ребёнка (не заслоняя, конечно, основного этапа), особенно – проактивного и активного, проектного, креативного характера, что придаёт его деятельности событийный эффект.

Уже на подготовительном этапе совершенствуется вербальный праксис, познавательная сфера детей и подростков, формируется модельная готовность к коммуникации (а для некоторых особенных детей общение в необычной, незнакомой обстановке значительно более привлекательно, продуктивно и менее нагрузочно).

Культурно-интегративная готовность также формируется на стадии предварительного, мягкого, свободного ознакомления детей с будущими контактными и видовыми объектами, ситуативными и знаковыми событиями.

Гастрономические экскурсии в системе курортно-оздоровительной поддержки граждан контекстны, существуют в общем русле экзотических для прибывших граждан и семей ароматов, вкусов, красок, поэтому обретают полисенсорную ресурсность и воспроизводятся впоследствии в виде целостных образов высокого дидактического и воспитательного значения.

Для многих из опрошенных нами детей и подростков, а также молодых людей с особенностями в развитии проявленное внимание близких к их мнению, вероятным переживаниям и рискам имело не меньшее значение, чем фактографические и ситуативные ознакомительные экскурсии, общая подготовленность и комфортность мероприятий.

Местные виды и достижения спорта, региональная организация физической культуры также нередко обретают особенную эффективность и значимость.

В.И. Пахомов, А.А. Исаев и другие исследователи уделяли большое внимание культурно-рекреационному компоненту спортивной занятости граждан [5].

Все виды деятельности в особенных природных местах, овеянных историей и литературой, обозначенных великими именами и известными персонажами, закрепляются с эмоциональным и оздоровительным подъёмом, иногда близким к катарсису, воспроизводятся впоследствии также в ценностном переживании, что для детей с особенностями в развитии становится дополнительным дидактическим и личностно-деятельностным ресурсом.

В таком варианте организации особенную значимость мы наблюдаем в области экотуристической занятости обучающихся: подготовленные аксиологемы и смысловые компоненты деятельности детей в необычных для них условиях реализации становятся этапными и, будучи отображёнными в фото- и видеодокументации, закрепляют полученные впечатления, переживания, достижения и ощущение личной значимости (чего обычно данной категории детей и подростков остро недостаёт).

Экотуризм в работах М.А. Рындач, В.А. Квартальной, Д.С. Богатырёвой, В.В. Храбовченко, Е.И. Арсеньевой, Т.В. Бочкаревой, В.Ф. Гнубкина, А.С. Слепокурова, Н.В. Дроздовой, Н.Р. Данилиной, Н.С. Мироненко, В.П. Чижовой, А.И. Эйтингон, И.Т. Твердохлебова показывает системные достижения в данном направлении – которые могут и должны быть реализованы в отношении обучающихся с нарушениями в развитии именно

через индивидуализированную подготовку к новым впечатлениям, формам занятости и ответственности [1].

Естественным продолжением такой активности и сотрудничества со взрослыми становится такое сложное направление деятельности, как экология здоровья, когда сохранение и поддержание личного здоровья детей воспринимается ими в значении социально ориентированной ответственной функции, готовящей к полезной жизни на радость близких и благополучие социума, природы, для творчества и новых достижений.

Экология здоровья – направление активного и проактивного здоровьесбережения детей и подростков с нарушениями в развитии, позволяющее преодолеть астенические трудности в области поддержания и развития своего здоровья, пессимизм, ситуативную неготовность к сотрудничеству и самостоятельности в данной сфере, зависимость от мнения и жизненного стиля некоторых близких

Даже процесс видео- и фотосъёмки целесообразно организовать с подтверждением экологической активности и ответственности детей и подростков. Молодёжный экотуризм для ряда категорий имеет колоссальные возможности оздоровления, повышения социальной роли и социальной активности, гражданственности и детей, и взрослых. Даже такие, казалось бы, общедоступные радости жизни, как мышечное удовольствие, эмпатия, творческое удовлетворение – для многих из детей, подростков, молодых людей с особенностями в развитии становятся достижимыми либо актуализируются в процессе социально значимого сотрудничества и разделённой радости.

Коррекционно-развивающую работу при этом следует вести в целостном единстве – включая в структуру работы и целеполагающие концепты адресного сопровождения детей и подростков, и местные реалии, ценности, персоналии, а также личные достижения сопровождаемых лиц

Список литературы

1. *Богатырёва, Д.С.* Экологический туризм: компаративный анализ определений//известия волгоградского государственного педагогического университета, 2018 <https://cyberleninka.ru/article/n/ekologicheskij-turizm-komparativnyy-analiz-opredeleniy?ysclid=m10y5km3dq480182316>
2. *Драчева, Е.Л.* К вопросу о курортоведении и рекреационном туризме//Туризм и рекреация на пути устойчивого развития: отечественные и зарубежные исследования. М., 2018.
3. *Елюбаев, Р.Б.* Основные этапы развития туризма / Р.Б. Елюбаев, Е.А. Шайхыгалиев. // Интерактивная наука, 2019 – DOI 10.21661/г-114794
4. *Ефименко, Н. В.* Лечебно-оздоровительный туризм в России и за рубежом с позиций курортной науки [Электронный ресурс] / Н. В. Ефименко, А. Н. Глухов // Курортная медицина. – 2022. – № 3. – С. 51-56. – URL :<http://elibrary.ru/item.asp?id=18923403>
5. *Исаев А. А.* Спортивная политика России. / А.А. Исаев. – Москва: Российский спорт, 2016. – 512 с.
6. *Капустина, Н. В.* Перспективы развития туризма в краснодарском крае, как регионального лидера внутреннего туризма российской федерации / Н. В. Капустина, Р. А. Заплатин, О. А. Аничкина, А. Ю. Горбунов // Вестник евразийской науки. – 2022. – Т. 14. – № 6. – URL: <https://esj.today/PDF/15ECVN622.pdf>
7. *Овчаров, А.О.* История развития туризма в России / А.О. Овчаров, С.Ю. Махов. //Наука 2020, 2017 <https://yberleninka.ru/article/n/istoriya-razvitiya-turizma-v-rossii>
8. *Павелко, А.И.* Перспективы развития устойчивого туризма в Ялте на побережье Азовского моря. – URL: <http://www.ecologylife.ru/tyrizm-2001/perspektivyi-razvitiya-ustoychivogo-turizmav-yalte-na-poberezhe-azovskogo-morya.html>
9. *Рындач, М.А.* Основы туризма. / М.А. Рындач. – М.: Дашков и К, 2013. – 245 с.

10. Чеглазова, М.Е. Современные тенденции развития туризма / М.Е. Чеглазова, П. Коробова // Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма в России. – 2019. – С. 395-400

УДК 336

Калининская Маргарита Альбертовна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Сервис недвижимости»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон
assddf@yandex.ru

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,
зав. кафедрой менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

Молодан Юлия Владимировна,

Научный руководитель, преподаватель
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ КРЕДИТОВАНИЯ В СИСТЕМЕ КАЧЕСТВА БАНКОВСКОГО СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *кредитование физических лиц, кредитное страхование жизни, качество банковского сервиса.*

АННОТАЦИЯ. *Актуальность исследования определяется повышенным вниманием в системе банковского обслуживания к повышению качества сервиса и доступности услуг кредитования населению для высокоэффективного функционирования коммерческих банков, достижения ими максимальных финансовых результатов за счет предоставления качественных, доступных услуг при потребительском кредитовании и снижения риска дефолта по выданным кредитам в случае непредвиденных обстоятельств в жизни заемщика. В статье рассматриваются неочевидные потребителю проблемы, с которыми сталкиваются клиенты при обращении в банк за услугой потребительского кредитования и предлагаются варианты их решения.*

Kalininskaya Margarita Albertovna,

2st year student of the master's degree, the field of study «Real Estate Service»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

Molodan Yulia Vladimirovna,
Scientific supervisor, teacher
Kherson State Pedagogical University

INNOVATIVE LENDING APPROACHES IN THE BANKING SERVICE QUALITY SYSTEM

KEYWORDS: *lending to individuals, credit life insurance, quality of banking service.*

ANNOTATION. *The relevance of the study is determined by the increased attention in the banking system to improving the quality of service and availability of lending services to the population for the highly efficient functioning of commercial banks, achieving maximum financial results by providing high-quality, affordable services in consumer lending and reducing the risk of default on loans issued in the event of unforeseen circumstances in the life of the borrower. The article discusses problems that are not obvious to consumers that clients face when applying to a bank for consumer lending services and offers options for solving them.*

Введение. Сфера кредитования физических лиц представляет собой важное, доходное направление деятельности коммерческого банка и значимую составляющую экономики страны. Для того, чтобы услуга была максимально доступной для населения, у клиента банка не должно возникать коммуникационных барьеров при обращении за услугой кредитования в банк. А внутренние коммуникации, как на уровне отделения, так и внутри банка в целом, должны происходить достаточно быстро и своевременно, чтобы оперативно удовлетворить потребности клиентов.

Целью исследования является освещение основных, но неочевидных проблем, с которыми сталкивается потенциальный заемщик при обращении за услугой потребительского кредитования в банк и разработка вариантов их решения, а также рекомендаций для совершенствования уровня качества услуг кредитования в сфере банковского сервиса.

Большинство клиентов, не связанных в обыденной жизни с финансовой сферой, при необходимости взять кредит, испытывают, по меньшей мере, стресс от непонимания фактической переплаты и реальной выгоды от различных дополнительных продуктов, продаваемых банком при оформлении кредита [2].

С технической точки зрения сервис при нецелевом потребительском кредитовании шагнул далеко вперед – являясь клиентом банка можно получить достаточно крупную сумму (2-3 млн) в течение дня, без визита в отделение и предоставления справок с места работы. А кредиты на суммы до 500 000 р оформляются в течение 5-7 минут через личный кабинет клиентом самостоятельно, решение принимается скоринговой системой, автоматически.

При выборе параметров кредита, клиенту даже предоставляется возможность его оформления со страховкой и без. Подписанные электронной подписью документы по кредиту приходят клиенту на эл.почту после оформления кредита – удобно.

Единственной проблемой является невозможность ознакомиться с условиями кредитного договора до его подписания. При наличии проекта индивидуальных условий перед получением кредита онлайн-сервисы, предоставляемые банками для облегчения процедуры получения кредита, с точки зрения качества сервиса, можно считать идеальным.

Таким уровнем сервиса не могут похвастаться отделения банка. Одна из основных причин, снижающих качество сервиса в отделении банка – недостаточный уровень компетенций сотрудников, в некоторых случаях, дезинформация клиента в части необходимости оформления дополнительных услуг и сервисов [1].

Борьба с навязывания необязательных дополнительных продуктов и услуг при кредитовании, в том числе кредитного страхования жизни, ведется ЦБ РФ уже давно. Для причастных к сфере кредитования не секрет, что кредитное страхование жизни (то самое, что

снижает, ставку по кредиту, не снижая, при этом, переплату, так как полис оплачивается из кредитных средств) является важным источником дохода для банка: например, по потребительскому кредиту суммой в 2 000 000 р стоимость полиса доходит до 5% от первоначальной суммы кредита в год, в денежном выражении может составлять более 600 000 р (реальный кейс), что абсолютно неприемлемо, так как себестоимость такого полиса, зачастую, составляет 10-15% от страховой суммы (510-540 тыс), остальное – комиссионное вознаграждение банка, получаемое здесь и сейчас (по окончании сверки за отчетный период), в отличие от выплачиваемых постепенно процентов по кредиту.

Отсюда, мотивация сотрудников на продажу этого продукта, так как она встроена в КРП направления, руководителя отделения и каждого сотрудника фронт-линии, по нисходящей.

Введение клиента в заблуждение, касательно необходимости, а в некоторых случаях, и наличия, в принципе, дополнительных услуг, становится возможным в условиях низкого уровня финансовой грамотности конечного потребителя услуги потребительского кредитования, работа над которым – личная ответственность самого потребителя.

Вместе с тем, чтобы подтолкнуть клиента к работе над степенью собственной финансовой грамотности во второй части статьи будет предложено несколько инициатив.

С навязыванием услуг и страховок регулятор банковского рынка, ЦБ, непрестанно борется, вместе с тем, принимаемые меры не всегда имеют нужный результат, так как систематически находятся способы обойти новые запреты. Кардинальные переменны требуют кардинальных решений.

Категоричный подход, который имеет шанс положить конец навязанным страховым продуктам по неадекватным ценам – сделать обязательным кредитное страхование жизни, ограничив стоимость «коридором» тарифов, по аналогии со страхованием авто-гражданской ответственности (ОСАГО) [3], чтобы кредитное страхование жизни, при этом, было доступно каждому, и определить минимальный обязательный набор рисков для такого полиса. Эта мера:

- оградит банк от невыплаты кредита в случае экстренных происшествий с клиентом;
- повысит защищенность клиента на случай непредвиденных обстоятельств, позволит кредитному страхованию жизни выполнять свою прямую функцию по справедливой стоимости;
- ломает схему обогащения на несправедливой стоимости полиса кредитного страхования жизни.

Для введения этой меры необходимо закрепление обязательного страхования жизни и коридора тарифов страховых премий на законодательном уровне.

Для этого нужно внести правки:

- в страховое законодательство, сделав такой вид страхования обязательным при оформлении кредита, при этом, возврат страховой премии, а именно, ее пропорционально неиспользованной части, должен быть возможен только в случае полного досрочного погашения кредита;

- в банковское законодательство, обязав банки выдавать кредиты только при наличии такого вида кредита, ввести ответственность банков за выдачу кредита без обязательного полиса страхования жизни, соответствующего требованиям закона, помимо этого, определить для таких, необеспеченных кредитным страхованием жизни, кредитов заградительные макропруденциальные лимиты;

- также, по аналогии с Федеральным законом от 25.04.2002 г. № 40-ФЗ. «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств Российской Федерации» разработать и принять закон об обязательном страховании жизни при оформлении кредита.

Оптимальный тариф для обязательного полиса страхования жизни, покрывающего минимальные риски, такие как уход из жизни и инвалидность 1-2 гр, – 1%-1,5% от суммы кредита в год. Предполагается, что, при желании, за дополнительную плату, клиент всегда может выбрать расширенный полис, добавив в него такие риски, как временная

нетрудоспособность, не добровольная потеря работы, диагностирование смертельно-опасных заболеваний, но это должно нести сугубо добровольный характер, в то время, когда кредитное страхование жизни с минимальным набором рисков – обязательно.

В дополнение, покупку полиса кредитного страхования жизни можно сделать возможным только за наличный расчет по всем кредитам, не только по ипотеке, как это действует сейчас. Таким образом, психологически, клиент будет серьезнее относиться к взятым обязательствам.

Для сохранения доступности кредитования можно предусмотреть порог суммы кредита, при которой обязательное страхование жизни, страховая премия по которому рассчитана в рамках установленного «коридора», будет доступно к оплате только за наличные. Например, при сумме кредита от 1 000 000 р и выше.

Для повышения результативности при решении вопроса повышения качества сервиса при продаже кредитно-страховых продуктов необходим комплексный подход, со стороны каждого участника кредитной сделки, в том числе, клиента.

Степень финансовой грамотности каждого из нас – личная ответственность, клиент самостоятельно может подготовиться к получению кредита, обеспечив для себя максимально выгодные условия. рекомендации клиенту:

- следить за своей кредитной историей (2 раза в год можно выгрузить бесплатно)
- не брать много мелких кредитов, лучше – один большой
- вносить ежемесячные платежи вовремя по имеющимся кредитам
- и, конечно, же, считать переплату – ПСК с учетом дополнительных сервисов, свои возможности по внесению ежемесячных платежей, из чего сложится решение, насколько необходим сейчас этот кредит

По аналогии с тестированием при заключении ИСЖ и НСЖ, в целях оптимизации уровня финансовой грамотности потребителя, ввести обязательное заполнение потенциальным заемщиком теста на целесообразность кредитования в его случае, включающий элементарные вопросы о том, что такое ПСК, его размере, необходимости включения тех или иных дополнительных услуг и сервисов – это соответствует политике ЦБ по снижению закредитованности населения, помимо курса на более осознанный подход клиента к личному кредитованию.

Также, введение обязательного мини-тестирования перед получением кредита поможет клиенту обратить внимание на размер переплаты, определить необходимость этих кредитных обязательств, взвесить еще раз свои возможности и снизить риски банка в части невозврата долга.

Для закрепления и введения обязательного тестирования потенциального заемщика при кредитовании, необходимо разработать и принять правки в закон о банках и банковской деятельности, по аналогии с законом ФЗ «О внесении изменений в ФЗ-306» от 31.07.2020 [4], о тестировании неквалифицированных потребителей, приобретающих полисы инвестиционного (ИСЖ) и накопительного страхования жизни (НСЖ) на предмет знаний в области инвестирования и понимания сути инвестиционного продукта, вносящим правки в закон об организации страховой деятельности. Вопросы для теста по ИСЖ и НСЖ были разработаны рабочей группой ЦБ, вероятно, целесообразно поступить также и при разработке вопросов теста для потенциального заемщика по кредиту.

Ответственность за сбор, обработку и хранение результатов тестирования – возложить на банки, ведь таким образом это станет еще одним обязательный документом кредитного досье клиента, который, по запросу ЦБ должен быть предоставлен регулятору в регламентированный законом срок.

В целях решения проблемы недостаточности уровня компетенций сотрудников банка, работающих непосредственно с клиентом, предлагаю ввести обязательную сертификацию по государственному стандарту сотрудников фронт-линии, или, для начала, экзамен в форме

тестирования по итогам окончания стажировки, с передачей результатов тестов регулятору рынка.

С введением этой меры усложнится «вход» в профессию, вместе с тем, повысится ее престиж. К тому же, если новоиспеченный сотрудник банка будет самостоятельно платить за сертификацию, выбор профессии будет более осознанный, подход к обучению более мотивированный, следовательно, качество предоставляемых услуг в разы возрастет. В качестве мотивации, сертификацию особо успешным работникам может оплачивать работодатель.

Для внедрения на всей территории страны обязательной сертификации сотрудников, непосредственно коммуницирующих с клиентом на предмет оказания банковских услуг, необходимо:

- закрепить необходимость сертификации на законодательном уровне соответствующим Постановлением Правительства и Приказом;
- разработать и утвердить соответствующие профессиональные стандарты, по которым будет оцениваться уровень компетенций и знаний сертифицируемого банковского сотрудника, и утвердить их Приказом Минтруда;
- определить сертифицирующие органы – в целях оптимизации бюджетных затрат это могут быть частные сертификационные центры, аккредитованные регулятором рынка банковских услуг и подотчетные в этом направлении ЦБ;
- Разработать и утвердить требования стандарты для аккредитации сертифицирующих органов;
- в целях контроля соблюдения профессиональных стандартов уже сертифицированными сотрудниками, а также, для более широких возможностей обмена опытом между ними, учредить Ассоциацию банковских работников.

Бюджетные затраты на создание стандартов сертификации и проведение аккредитации могут быть оптимизированы за счет проведения сертификации частными компаниями, аккредитованными ЦБ РФ.

Список литературы

1. *Аникин, П.В.* Совершенствование качества банковского сервиса / Аникин П.В., Аникина В.П., Алимова И.О.// Финансы и кредит. 2019. №6. – С. 2-13.
2. *Демина, Е.И.* Проблемы банковского обслуживания юридических и физических лиц / Демина Е.И., Гребенюк Т.Г., Телегин А.В.// Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2018. – № 7 (часть 3). – С. 450-453
3. Федеральный закон «Об обязательном страховании гражданской ответственности владельцев транспортных средств» от №40 25.04.2002
4. Федеральный закон «О внесении изменений в Федеральный закон «О рынке ценных бумаг» и отдельные законодательные акты от 31.07.2020 № 306-ФЗ

УДК 3.379.792

Глухов Илья Юрьевич,

SPIN-код: 7659-8650

студент 2 курса, направление подготовки: 54.05.02 «Живопись»,
профиль «Театрально-декорационная живопись»

Гадзина Екатерина Викторовна,

SPIN-код: 2898-7703

научный руководитель, кандидат педагогических наук, доцент,
Гуманитарно-педагогическая академия (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский
федеральный университет имени В. И. Вернадского» в г. Ялте

СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ В ТЕАТРАЛЬНОМ ИСКУССТВЕ И ТУРИЗМЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *театральное искусство, туризм, опыт, туристическая тенденция, наследие, туристические тренды*

АННОТАЦИЯ. *В статье были представлены современные тенденции в театральном искусстве и туризме, которые могут становиться все более взаимосвязанными, создавая уникальные культурные и экономические синергии. В последние десятилетия театральные фестивали и перформансы привлекают туристов, превращая города в центры культурного притяжения. Актуальные формы театра, такие как immersive theatre и site-specific performance, предоставляют зрителям возможность стать частью действия, тем самым обогащая туристический опыт.*

Glukhov Ilya Yurievich,

SPIN code: 7659-8650

2nd year student, field of study: 05.54.02 «Painting»,
profile «Theatrical and decorative painting»

Humanitarian and Pedagogical Academy (branch) of the Crimean
Federal University named after V. I. Vernadsky in Yalta

Gadzina Ekaterina Viktorovna,

SPIN code: 2898-7703

Scientific supervisor, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Humanitarian and Pedagogical Academy (branch) of the Crimean
Federal University named after V. I. Vernadsky in Yalta

MODERN TRENDS IN THEATRICAL ART AND TOURISM

KEYWORDS: *theatrical art, tourism, experience, tourist trend, heritage, tourist trends.*

ANNOTATION. *The article presented modern trends in theatrical art and tourism, which can become increasingly interconnected, creating unique cultural and economic synergies. In recent decades, theater festivals and performances have attracted tourists, turning cities into centers of cultural attraction. Current forms of theater, such as immersive theatre and site-specific performance, provide viewers with the opportunity to become part of the action, thereby enriching the travel experience.*

Современное театральное искусство является важной частью культурного обмена и образовательно–туристского процесса. В последние десятилетия наблюдается заметный рост

интереса к театральным практикам, как в рамках культурных программ, так и в туристической сфере. Этот феномен обусловлен как глобальными трендами в искусстве, так и изменениями в потребительских предпочтениях туристов. Анализ современных тенденций в театре и их влияние на туристическую деятельность имеет существенное значение для формирования культурной политики, поддержки театров и развития туризма, что позволяет улучшить качество культурного предложения и повысить его доступность [2].

С развитием технологий также наблюдается увеличение числа виртуальных театров и онлайн-постановок, что расширяет аудиторию за пределами географических границ. Параллельно с этим, концепция "культурного туризма" приобретает популярность, побуждая путешественников искать аутентичные театральные представления и взаимодействовать с местными артистами [11].

Ключевым фактором успеха этих тенденций является сотрудничество между театрами, туристическими агентствами и местными властями, что способствует созданию богато насыщенных культурных программ. Таким образом, театральное искусство не только служит средством самовыражения, но и становится двигателем экономического роста и социальной интеграции, привлекая внимание к культурному наследию и современным трендам [1, с. 135–162].

Важную роль в этой синергии играют театральные фестивали, которые становятся ключевыми событиями в календарях городов. Такие мероприятия привлекают как местных жителей, так и туристов, желающих погрузиться в уникальную атмосферу искусства. Программа фестивалей зачастую включает в себя не только спектакли, но и мастер-классы, лекции и обсуждения, способствующие обмену опытом и знаниями между специалистами и зрителями [5, с. 135].

Технологические инновации также продолжают менять ландшафт театрального искусства и туризма. Виртуальная реальность и дополненная реальность создают новые формы взаимодействия с театральными произведениями, позволяя зрителям становиться частью истории. Это не только расширяет доступ к культуре, но и открывает новые горизонты для бизнес-моделей, ориентированных на международный рынок [8].

С появлением рабочих групп и инициатив по культурному развитию, театры и туристические организации работают в едином ключе, создавая комплексные предложения для туристов. Это сотрудничество способствует не только продвижению мероприятий, но и улучшению инфраструктуры, делая города более привлекательными для культурного туризма [6, с. 881–884].

Исследование позволило выделить несколько ключевых тенденций, наблюдаемых в театральном искусстве и туризме:

1. Интерактивные и мультимедийные форматы. Современные театры все чаще внедряют интерактивные элементы в свои постановки, привлекая зрителей к активному участию в процессе. Это создает возможность для новых форм взаимодействия и увеличивает интерес к театральным представлениям.

2. Тематика и сюжет. На смену традиционным сюжетам приходят актуальные социальные, культурные и политические темы. Это позволяет театрам не только привлекать новых зрителей, но и оставлять значимый след в общественном сознании.

3. Кросс-культурные проекты. Наблюдается рост числа международных театральных фестивалей и коллабораций, которые объединяют разные культуры и стили. Это расширяет горизонты как театров, так и туристов, предлагая уникальные культурные опыты.

4. Туристические маршруты. Создание театральных маршрутов и программ, в которых объединяются посещения театров, мастер-классы и встречи с актерами, делает театральное искусство неотъемлемой частью туристического опыта.

Театр и туризм – две сферы, которые традиционно считаются важными элементами культурной жизни общества. Современные тенденции в театральном искусстве и туризме

свидетельствуют о том, что эти области становятся все более взаимосвязанными и влияют друг на друга [10].

Одной из главных тенденций в современном театральном искусстве является стремление к инновациям и экспериментам. Театры всего мира ищут новые формы и подходы к созданию спектаклей, интегрируя в них современные технологии, мультимедийные эффекты и интерактивные элементы. Это позволяет привлечь новую аудиторию и сделать театральные постановки более доступными и увлекательными [9].

Вместе с тем, театры все чаще обращаются к темам, отражающим актуальные социальные и политические проблемы. Современные спектакли становятся площадкой для обсуждения важных вопросов, вызывающих общественный интерес и поднимающих дискуссии. Такой подход помогает театру оставаться релевантным и влиять на общественное сознание [3, с. 117–129].

С развитием театрального искусства тесно связан и туризм. Многие туристы выбирают путешествия именно с целью посещения театральных представлений и фестивалей. Города, богатые театральным наследием, привлекают туристов со всего мира, создавая специальные театральные маршруты и программы [7, с. 76–79].

Современные тенденции в театральном туризме включают в себя не только посещение классических театров и оперных домов, но и участие в мастер-классах, экскурсиях по кулисам, встречах с актерами и режиссерами. Такие форматы позволяют туристам погрузиться в атмосферу театрального искусства, узнать его секреты и стать частью уникального творческого процесса [4, с. 14–27].

Таким образом, современные тенденции в театральном искусстве и туризме отражают стремление к инновациям, актуальности и взаимодействию с публикой. Эти две сферы культуры взаимно дополняют друг друга, создавая уникальные возможности для развития и расширения аудитории.

Заключение. Таким образом, современные тенденции в театральном искусстве непосредственно влияют на развитие культурного туризма, создавая новые возможности для взаимодействия с аудиторией и расширяя горизонты театрального опыта. Выработка кросс-культурных проектов, использование интерактивных форматов и создание тематических маршрутов способствуют повышению интереса к театру не только как к форме искусства, но и как к источнику информации и опыта для туристов.

Полученные результаты подтверждают необходимость дальнейшего изучения взаимодействия театрального искусства и туризма, что позволит развивать предложенные концепции, а также адаптировать их к нуждам современного общества. Важно продолжать работу над повышением доступности театральных мероприятий и создание условий для их интеграции в туристическую инфраструктуру.

Список литературы

1. *Александрова А. Ю.* Интеграция событийных мероприятий в продвижение туристских дестинаций на принципах ко-брендинга // Вестник Московского университета. Серия 6: Экономика. 2015. № 6. с. 135–162.
2. Ассоциация туроператоров [Электронный ресурс]. – URL к статье: <https://www.atorus.ru/news/press-centre/new/49408.html>
3. *Гасратян, К. М.* Проблемы развития сферы культуры в России / К. М. Гасратян // Вопросы экономики. – 2003. – № 10. – с. 117–129.
4. *Захарова, Е. А.* «Мы только для театра и приехали!»: столичный театр в туристических практиках рубежа XIX-XX веков. // Исторический журнал: научные исследования. – 2017 – № 2 – С.14–27.
5. *Кириллова, Н. Б.* Медиакультура: теория, история, практика. / Н.Б. Кириллова – Москва: Академ. проект, 2016. – 496 с.

6. Латыпова, Р. Т. Культура и туризм / Р. Т. Латыпова. – Текст : непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – № 7 (111). – С. 881–884.
7. Мирзеханова, З. Г. Событийный туризм: содержание и мировой опыт // Вестник Хабаровской государственной академии экономики и права. 2016. №6. с. 76–79.
8. Онлайн-журнал "СТИЛЬ" / [Электронный ресурс]. – URL: URL: <https://style.rbc.ru/impressions/59dc7f579a7947a3cf43b5e4>
9. Пояснение о концепции театра [Электронный ресурс] <http://gogolcenter.com/about>
10. Регионы России. Социально-экономические показатели – 2013 г. Раздел – Культура и отдых [Электронный ресурс] // Федеральная служба государственной статистики. URL: http://www.gks.ru/bgd/regl/b13_14p/Main.htm
11. Сerratвалле, Ф. Дополненная реальность в индустрии туризма: анализ музеев с участием многих заинтересованных сторон. / Сerratвалле Ф., Феррарис А., Вронгис Д., Трассу А., Кристофи М. // Перспектива управления туром. 2019 г.

Староскольская Елизавета Александровна,

SPIN-код: 8531-2988

Бакалавр 2 курса, направление «Градостроительство»,
Профиль «Градостроительное проектирование»
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
технический университет»,
г. Воронеж

Гурьева Елена Ивановна,

SPIN-код: 9486-3567

Научный руководитель, кандидат сельскохозяйственных наук, доцент
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
технический университет»,
г. Воронеж

Величко Галина Михайловна,

SPIN-код: 1552-4816

Научный руководитель, старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
технический университет»,
г. Воронеж

**ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ СПОРТИВНО-ОЗДОРОВИТЕЛЬНОЙ БАЗЫ ОТДЫХА
В ГОРОДЕ ВОРОНЕЖ: ПРОЕКТИРОВАНИЕ, ТУРИЗМ И ГОСТЕПРИИМСТВО**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: озеленение населенных пунктов, градостроительство, спортивно-оздоровительная туристическая база.

АННОТАЦИЯ. В статье представлены предпосылки, факторы и этапы градостроительного проектирования спортивно-оздоровительной туристической базы для формирования позитивного имиджа Воронежской области в сфере туризма. Изложены рекомендации рекреационного туризма в пределах рассматриваемого объекта проектирования.

Staroskolskaya Elizaveta Alexandrovna,

SPIN code: 8531-2988

Bachelor of the 2nd year, direction «Urban Planning»,

Profile «Urban planning design»

Voronezh State Technical University,

Voronezh

Gurieva Elena Ivanovna,

SPIN code: 9486-3567

Scientific supervisor, Candidate of Agricultural Sciences, Associate Professor

Voronezh State Technical University,

Voronezh

Velichko Galina Mikhailovna,

SPIN code: 1552-4816

Scientific supervisor, Senior lecturer Voronezh State Technical University, Voronezh

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF A SPORTS AND RECREATION RECREATION CENTER IN VORONEZH: DESIGN, TOURISM AND HOSPITALITY

KEYWORDS: landscaping of settlements, urban planning, sports and recreation tourist base.

ANNOTATION. The article presents the prerequisites, factors and stages of urban planning design of a sports and recreation tourist base for the formation of a positive image of the Voronezh region in the field of tourism. The recommendations of recreational tourism within the considered design object are presented.

Введение. Туризм оказывает огромное влияние на экономику, транспорт, связь, строительство, сельское хозяйство и производство товаров народного потребления, приносит пополнение средств, которые необходимо использовать как вложения в развитии регионов.

Согласно закону Воронежской области от 6 октября 2011г. № 124-ОЗ «О развитии туризма в Воронежской области», (с изменениями на 27 февраля 2024 г.) вопрос о формировании позитивного имиджа Воронежской области в сфере туризма на данный момент остается актуальным. В последние годы в нашей стране повысился интерес к внутреннему туризму. Среди всех существующих его видов у россиян на данный момент в приоритете рекреационный туризм на природе. Для его организации необходимо расширять количество баз отдыха, разрабатывать проекты рекреационных комплексов, отвечающие всем требованиям разным возрастным группам населения [1-4].

Вследствие чего можно заключить, что проектирование туристических баз является востребованным и перспективным направлением в архитектуре и градостроительстве.

При разработке проекта спортивно-оздоровительной туристической базы необходимо пройти через основные этапы: 1. выбор территории под проектирование; 2. проведение ландшафтно-топографического анализа территории; 3. формирование функциональных зон туристической базы; 4. определение пространственной композиции на основе анализа тектоники рельефа; 5. определение концепции и общей стилистики архитектурного решения туристической базы.

Методика основывалась на прикладных методах градостроительных и ландшафтных исследований. Алгоритм исследования (Рис.1.) состоял из ландшафтно-топографического анализа проектируемой территории г. Воронежа на основании ситуационного плана; схемы определения положения структурных линий рельефа; схемы уклонов поверхности территории; расчетов уклонов и профилей сечений; схемы оценки крутизны рельефа; схемы

ориентации склонов по сторонам света; схемы планировочных ограничений; тектоники участка проектирования и композиционном анализе проектируемой территории. (Рис. 2., Рис. 3, Рис.4, Рис.5).

Проектируемая территория данной спортивно-оздоровительной базы, располагается на сложном рельефе в урочище «Чижовская дача». Безусловно природная среда направляет композицию объекта подчиняться естественному рельефу, его особенностям и пластике

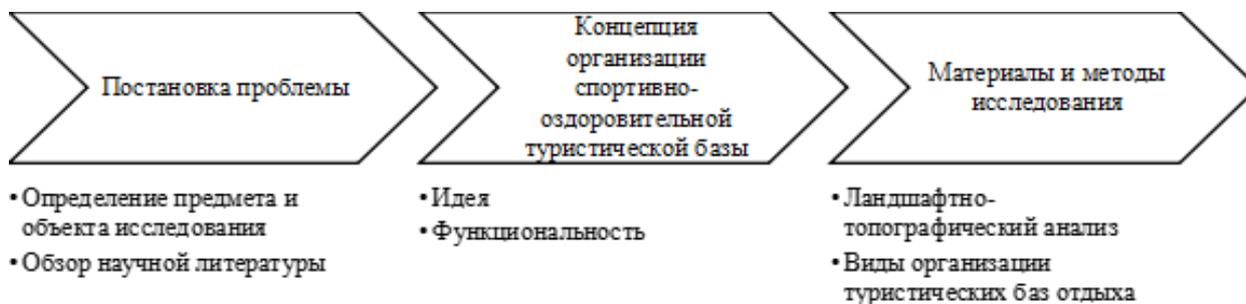


Рис. 1. Алгоритм исследования

Результаты исследований. Крутизна рельефа на некоторых участках местности превышает 20%, что делает их непригодными для строительства. (Рис.4) На территории, планируемой для размещения турбазы, преобладают восточные и юго-восточные склоны, что является благоприятным для размещения зданий и сооружений.

Местность хорошо освещается солнцем. Территория представляет из себя зону лесов. Отсутствие коммуникаций не накладывает ограничение на строительство. (Рис.5).

По предварительному анализу территории, участок под проектирование является благоприятным для строительства спортивно-оздоровительной туристической базы. Потенциал территории, разнообразие рельефа и удобное местоположение делают данную местность привлекательной для инвестиций и развития туристического бизнеса.

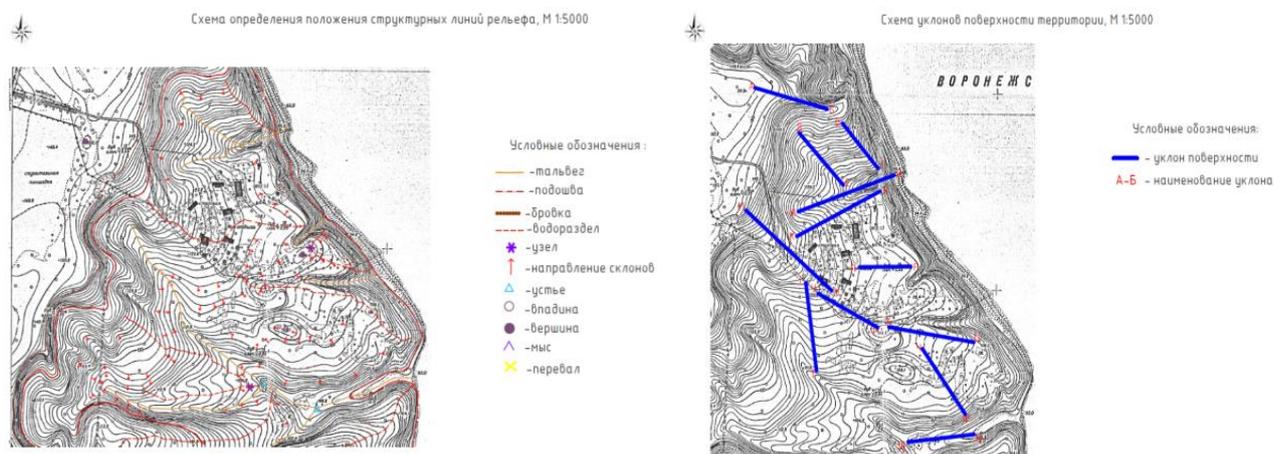


Рис. 2. Схемы определения положения структурных линий рельефа и уклонов поверхности территории Иллюстрации авторов

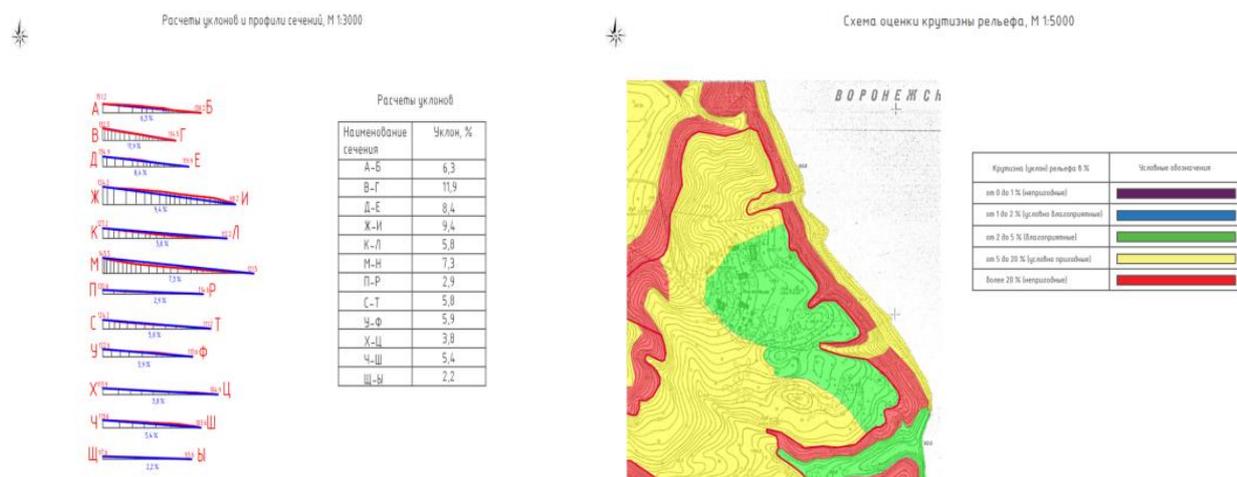


Рис. 3. Схемы расчетов уклонов и профилей сечений и уклонов поверхности территории

Участок под проектирование имеет интересный ландшафт с перепадами высот. На территории местности имеется большое количество тальвегов и водоразделов, вершин и впадин.

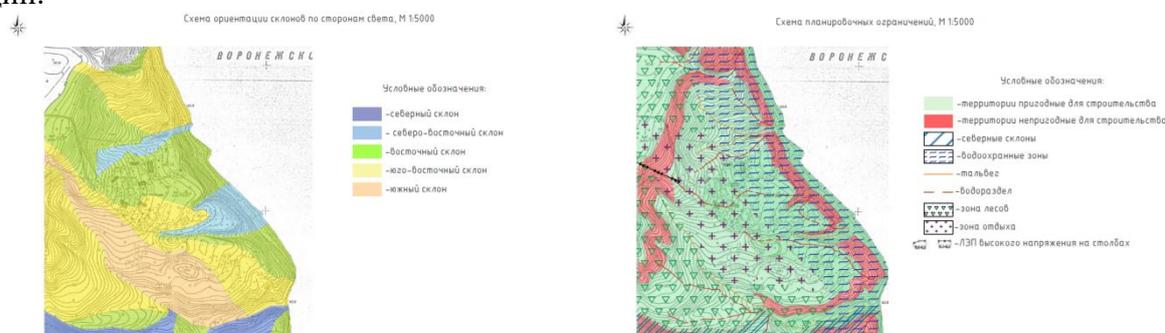


Рис. 4. Схемы ориентации склонов по сторонам света и планировочных ограничений

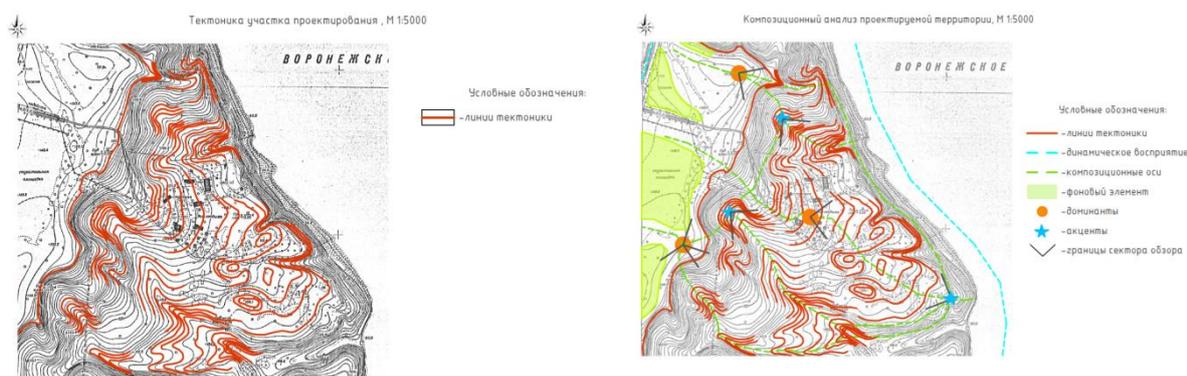


Рис. 5. Схемы тектоники участка проектирования и композиционного анализа проектируемой территории

Линии рельефа имеют красивый и динамичный рисунок, который явился хорошей основой для планировки туристической базы. (Рис.6) Территории с наименьшим перепадом высот являются хорошим местом для расположения жилых зданий и общественного центра. Участки с более ровным рельефом, обращенные к водохранилищу, идеальны для расположения зоны отдыха с красивыми видами. Спуск к воде подходит для размещения лестниц с местами отдыха. Более спокойная линия берега может послужить местом для организации набережной. Склоны территории имеют прекрасный вид на водохранилище и

возможность обзора всей территории базы отдыха, что идеально подходит для размещения входных групп на территорию спортивно-оздоровительной базы. (Рис.3.)

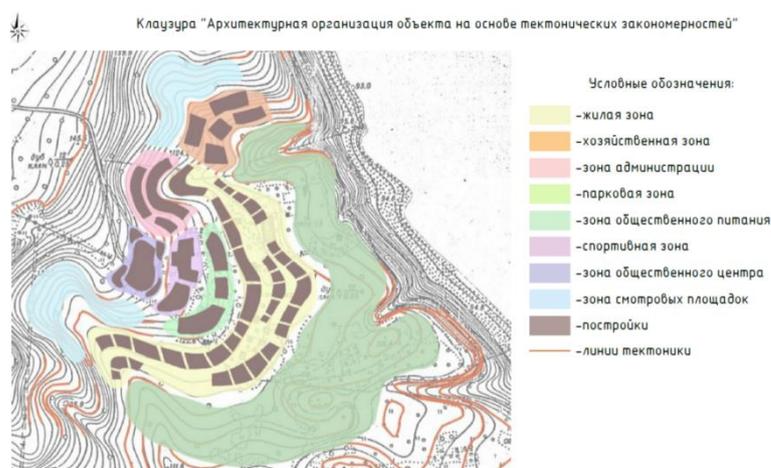


Рис. 6. Схема функционального зонирования территории туристической базы Иллюстрации авторов

Концепция и пространственные решения. Пространственные решения проектируемой туристической базы включают в себя функциональное зонирование с соответствующим наполнением. В перечень обязательных функциональных зон проектируемого объекта входят следующие территории: (Рис.6.)

Административная зона; Хозяйственная зона; Зона круглогодичного проживания; Зона сезонного проживания; Зона общественного питания; Зона отдыха – парк ; Спортивно-оздоровительная зона; Зона общественного центра; Пляжная зона. Концепция туристической базы – это фундаментальный этап в разработке проекта, который позволяет сформировать четкое представление о будущем объекте туристического отдыха.

Разработка концепции включает в себя ряд необходимых деталей, которые учитываются при работе над проектом:

– Выбор территории: местоположение туристической базы, которое обеспечивает доступность и комфорт для гостей.

– Типы жилья: количество домов, гостиниц, коттеджей, которые будут предлагаться для размещения гостей.

– Транспорт: организация транспорта для гостей, а именно парковка и возможность использования общественного транспорта.

– Развлечения и услуги: проектирование различных типов развлечений и услуг, таких как бассейны, спортплощадки, детские площадки, лазертаг, кемпинг, рыбная ловля, баня, аквапарк и другие виды досуга.

Питание: организация ресторанов, кафе и баров, которые предлагают различные типы блюд и напитков.

Услуги: предоставление дополнительных услуг, таких как услуги по прокату велосипедного и водного транспорта, организация экскурсий и других услуг.

Концепция туристической базы должна быть разработана с учетом условий климата и обеспечивать комфортное пребывание гостей, сделав тем самым объект туристического отдыха привлекательным для них.

В основу концепции курсового проекта планировки территории туристической базы легла идея переосмысления традиционного видения баз отдыха и детских летних лагерей путём объединения их в одно целое. Для оформления был выбран экостиль, характерными чертами которого являются атмосфера спокойствия и естественной гармонии, наполненное светом пространство и натуральные материалы отделки с использованием зелени. Полное

использование потенциала природного рельефа также является немаловажной особенностью проекта.

Приоритет данной концепции заключается в объединение старого и нового поколения на территории единого комплекса отдыха, максимальной близости к природе и привлечении как можно большего количества отдыхающих.

Туристическая база разделена на две зоны круглогодичного и сезонного проживания и имеет две входных группы. (Рис. 7)

Входная группа сезонного проживания предназначена для встреч отдыхающих на территории базы детей с родителями и имеет зону с беседками. Обе жилые зоны имеют спуск к променадной набережной с возможностью проката лодок и катамаранов.

На территории сезонного проживания размещен спортивно-оздоровительный комплекс (Рис.8), досуговый (Рис.9) и развлекательный центры, предназначенные для досуга детей и их развития.

Зона круглогодичного проживания имеет беседки с зонами барбекю, крытые бассейны, прогулочные дорожки и зоны детских площадок, а также домики-сауны.



Рис. 7. Визуализация входная группа
Иллюстрации авторов



Рис. 8. Визуализация спортивно-оздоровительный комплекс
Иллюстрации авторов



Рис. 9. Визуализация досуговый центр
(Иллюстрации авторов)



Рис. 10. Визуализация зона круглогодичного проживания
(Иллюстрации авторов)



Рис. 11. Визуализация зона сезонного проживания
(Иллюстрации авторов)

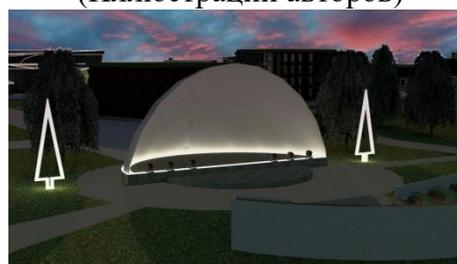


Рис. 12. Визуализация амфитеатр
(Иллюстрации авторов)

Парковая зона также разделена на две части. На её территории размещены прогулочные дорожки, зона проката вело и иного транспорта, амфитеатр для проведения мероприятий (Рис. 12), киоски с мороженым и кофейни, площадки для воркаута, тихие зоны отдыха с паркетными, беседки с видом на водохранилище, выставочный павильон, площадка для пейнтбола, а также площадка для баскетбола, трансформируемая в зимний период в каток.

Все объекты и постройки на территории базы несут в себе цель разнообразить отдых разными видами деятельности, подходящими для посетителей всех возрастов. Итоговое проектное решение организации генерального плана имеет следующий вид (Рис. 13) и состоит из ниже перечисленных зон и сооружений.

Проанализировав исследовательскую и проектную части работы, можно сделать вывод, что территория Воронежской области благоприятна для развития семейного спортивно-оздоровительного отдыха. Рекреационный туризм является выгодным и перспективным направлением в градостроительстве, направленном на увеличение популярности внутреннего туризма, улучшение здоровья нации, а также на улучшение инфраструктуры региона.

Список литературы

1. *Самойлова, Н.В.* Проектирование туристической базы отдыха: учебное-практическое пособие / Н.В.Самойлова; М-во образования и науки Росс. Федерации, Волгогр. гос. архит.-строит. ун-т: Волгоград: ВолгГАСУ, 2012. – 73 с.
2. *Александрова, Н.И.* Архитектура комплексов отдыха/ Н. И. Александрова, Е. Л. Беляева, Р. М. Бородина [и др.] – Москва: Изд-во Строиздат, 1988. – 240 с.
3. *Кругляк, В. В.* Принципы формирования ландшафтного тематического комплекса в Центральном Черноземье / В. В. Кругляк, Е. И. Гурьева // Лесной вестник. Forestry Bulletin. – 2022. – Т. 26, № 2. – С. 59-68.
4. *Гурьева, Е. И.* Современные тенденции развития общественных спортивных зон в локальной градостроительной среде / Е. И. Гурьева, В. А. Воробьев // Вестник Томского государственного архитектурно-строительного университета. – 2022. – Т. 24, № 5. – С. 48-61.

УДК 338.48

Сумзина Оксана Сергеевна,

SPIN-код: 5645-8300

студентка 3 курса направления подготовки «Фармация»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

научный руководитель, кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

СПА-ОТДЫХ В КРЫМУ: СИНТЕЗ ИННОВАЦИЙ, ГОСУДАРСТВЕННОГО УПРАВЛЕНИЯ И ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИХ РАЗРАБОТОК

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *отдых, спа, туризм, инновации, управление.*

АННОТАЦИЯ. В статье приводится информация о возможностях спа-отдыха в Крыму. Выделены его приоритетные направления. Даны предложения и описаны преимущества от них.

Sumzina Oksana Sergeevna,

SPIN code: 5645-8300

3rd year student of the Pharmacy training course

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

SPA HOLIDAYS IN CRIMEA: SYNTHESIS OF INNOVATIONS, PUBLIC ADMINISTRATION AND PHARMACEUTICAL DEVELOPMENTS

KEYWORDS: *recreation, spa, tourism, innovation, management.*

ANNOTATION. *The article provides information about the possibilities of spa holidays in Crimea. Its priority areas are highlighted. Suggestions are given and the benefits of them are described.*

Крым – это жемчужина Черного моря, обладающая уникальным природным потенциалом для туризма. Солнечный климат, чистое море, великолепная природа – все это создает идеальные условия для отдыха и восстановления сил. Крымские горы, лесные массивы, горные реки и водопады – уникальные ландшафты, которые притягивают туристов со всего мира.

В современном мире все больше людей ищут не просто отдых, а оздоровление. И здесь Крым имеет огромные преимущества. Оздоровительный туризм и спа-отдых становятся все более популярными направлениями, и Крым имеет все необходимые ресурсы для того, чтобы стать лидером в этой сфере.

Государственное управление и стратегии развития туризма в Крыму в этом направлении поддерживают законодательно функционирование данной сферы:

1. Стратегия социально-экономического развития Республики Крым до 2030 г. включает развитие туризма как одного из приоритетных направлений, с фокусом на диверсификацию туристских продуктов и улучшение инфраструктуры.

2. Программа развития туризма в Республике Крым до 2025 г. определяет ключевые направления развития туризма, включая создание новых туристических объектов, развитие туристской инфраструктуры, повышение качества туристских услуг.

3. Программа развития курортных зон и рекреационных ресурсов Республики Крым до 2030 г. нацелена на создание современных курортных зон с развитой инфраструктурой, включая отели, санатории, спа-центры и другие объекты отдыха.

Однако, несмотря на существование этих программ, в Крыму еще много проблем, которые необходимо решать для дальнейшего развития туризма: недостаток современных отелей и спа-центров, отсутствие единой системы бронирования и продвижения туристских услуг, недостаточная разработка новых туристских продуктов.

Выделение приоритетных направлений развития спа-отдыха крайне необходимо сделать, поскольку в Крыму он имеет большой потенциал для развития. Это должно быть:

1. Развитие спа-центров с использованием местного сырья: использование целебных грязей, минеральных вод, лекарственных растений Крыма для создания уникальных спа-программ.

2. Развитие специализированных спа-отелей: создание отелей, специализирующихся на спа-услугах, с полным комплексом процедур и высококвалифицированным персоналом.

3. Создание инновационных спа-программ: использование современных технологий (например, лазерная терапия, криотерапия, массаж с использованием искусственного интеллекта) для создания индивидуальных программ оздоровления.

4. Развитие медицинского туризма: сочетание спа-процедур с медицинскими услугами (например, реабилитация после травм, лечение хронических заболеваний).

5. Промоушн спа-отдыха в Крыму: создание единой платформы для продвижения спа-услуг в Крыму на международном уровне.

Надо отметить, что развитие спа-отдыха в Крыму имеет большой потенциал для увеличения потока туристов и укрепления экономики полуострова. И здесь важную роль играет государственно-частное партнерство в реализации проектов в сфере спа-туризма. Это происходит по следующим блокам:

1. Финансовая поддержка: государство может предоставить субсидии, льготные кредиты или инвестиционные гранты для реализации проектов по строительству и модернизации спа-центров.

2. Земельные участки: государство может предоставить земельные участки для строительства спа-отелей и центров по льготным ценным или в аренду на длительный срок.

3. Нормативно-правовая база: государство может создать благоприятные условия для инвесторов, разработав простые и прозрачные правила для получения разрешений на строительство и ведение бизнеса в сфере спа-туризма.

4. Промоушн: государство может проводить рекламные кампании и участвовать в международных выставках, чтобы привлечь инвесторов и туристов в Крым.

Государственно-частное партнерство позволяет объединить финансовые и инвестиционные ресурсы государства с компетенциями и опытом частных инвесторов, что способствует более быстрому и эффективному развитию спа-туризма в Крыму.

При этом необходимо отметить, что спа-отдых на современном этапе развития экономики не возможен без инноваций и цифровизации, применения современных технологий в спа-центрах (например, интеллектуальных систем управления, виртуальной реальности, искусственного интеллекта). Необходимо привести несколько примеров:

1. Интеллектуальные системы управления: автоматизация процессов бронирования, учета клиентов, управления температурой и освещением в спа-зонах, что позволяет создать более персонализированный и комфортный отдых.

2. Виртуальная реальность: использование VR-технологий для создания виртуальных туров по спа-центру, проведения релаксационных сеансов с использованием виртуальных пейзажей и звуков природы.

3. Искусственный интеллект: применение ИИ для создания индивидуальных программ спа-процедур с учетом потребностей и особенностей организма клиента, а также для автоматизации процессов обслуживания и контроля за состоянием оборудования.

Внедрение современных технологий позволяет повысить качество и эффективность спа-услуг, создать более персонализированный подход к отдыху и укрепить конкурентные преимущества спа-центров.

Разработка инновационных спа-программ с учетом индивидуальных потребностей туристов – это ключ к успеху в сфере спа-отдыха. Здесь должны быть применены следующие основные принципы:

1. Персонализация: программы должны учитывать возраст, пол, здоровье, образ жизни, и конкретные потребности клиента.

2. Интеграция: сочетание классических спа-процедур с современными технологиями (например, криотерапия, лазерная терапия, искусственный интеллект).

3. Комплексный подход: разработка не только спа-процедур, но и программ здорового питания, физических нагрузок и психологической поддержки.

4. Использование местных ресурсов: включение в программы лекарственных растений, минеральных вод и целебных грязей Крыма.

5. Инновационные спа-программы должны быть не только эффективными, но и интересными, захватывающими и соответствующими современным требованиям туристов.

Цифровые платформы стали неотъемлемой частью продвижения спа-услуг, позволяя охватить более широкую аудиторию и повысить эффективность маркетинга. Их основными инструментами являются:

1. Веб-сайты: современные сайты с информацией о спа-центре, фотогалереями, отзывами клиентов и онлайн-бронированием.

2. Социальные сети: активное продвижение в Instagram, Facebook, и других сетях с публикацией фото и видео материалов о спа-процедурах и отзывами клиентов.

3. Онлайн-платформы бронирования: размещение информации о спа-центре на популярных платформах бронирования (Booking.com, Expedia, и т.д.).

4. Цифровая реклама: использование таргетированной рекламы в онлайн с учетом интересов и географии целевой аудитории.

5. Мобильные приложения: создание собственных приложений для клиентов с возможностью бронирования услуг, оплаты и получения информации о спа-центре.

Цифровые платформы позволяют спа-центрам привлечь новых клиентов, увеличить продажи и укрепить свое положение на рынке.

Необходимо отметить огромную роль фармацевтических разработок в укреплении здоровья. Ключевые направления здесь:

1. Иммуномодуляторы: укрепление иммунной системы для борьбы с инфекциями и хроническими заболеваниями.

2. Препараты для профилактики сердечно-сосудистых заболеваний: снижение риска инфаркта миокарда, инсульта и других сердечно-сосудистых заболеваний.

3. Препараты для профилактики онкологических заболеваний: стимуляция иммунитета и снижение риска развития онкологических заболеваний.

4. Препараты для профилактики остеопороза: укрепление костной ткани и снижение риска переломов.

5. Препараты для профилактики диабета: регуляция уровня сахара в крови и снижение риска развития диабета.

Фармацевтические разработки в этих направлениях предоставляют людям возможность улучшить свое здоровье и прожить более долгую и качественную жизнь.

Интеграция фармацевтических услуг в спа-отдых открывает новые возможности для улучшения здоровья и благополучия туристов. Примеры такой интеграции:

1. Консультации фармацевтов: проведение консультаций фармацевтов в спа-центре для оценки состояния здоровья клиентов, подбора витаминных комплексов и диетологических рекомендаций.

2. Программы лечебной физкультуры: разработка индивидуальных программ лечебной физкультуры с учетом состояния здоровья и особенностей организма клиента.

3. Программы оздоровления: сочетание спа-процедур с медицинскими услугами, такими как физиотерапия, массаж и рефлексотерапия, для улучшения здоровья и предотвращения заболеваний.

4. Профилактика заболеваний: информирование клиентов о профилактических мерах и рекомендациях по здоровому образу жизни.

Интеграция фармацевтических услуг в спа-отдых позволяет предоставить туристам более полный и компетентный подход к оздоровлению и улучшению качества жизни.

Крым таким образом – это идеальная площадка для развития спа-туризма. Концепция спа-отдыха в Крыму объединяет гармоничное сочетание природных ресурсов, уникальных лечебных процедур и высококачественного сервиса. Здесь предлагаются термальные источники, минеральные воды и целебные грязи, которые дополняются современными спа-процедурами и wellness-программами. Уютная атмосфера, живописные пейзажи и возможность активного отдыха создают идеальные условия для восстановления здоровья и душевного равновесия. Таким образом, спа-отдых в Крыму становится не только физическим, но и эмоциональным восстановлением для гостей.

К конкретным примерам успешной реализации инновационных спа-проектов в Крыму можно отнести:

1. Спа-комплекс в Ялте: проект предлагает уникальные процедуры на основе местных минералов и трав. Использование термальных вод и грязей с побережья способствует оздоровлению и релаксации.

2. Эко-спа в Судаке: комплекс построен с акцентом на экологичность, предлагая услуги, основанные на натуральных ингредиентах. Здесь применяются традиционные крымские рецепты для ухода за кожей и волосами.

3. Спа-отель в Алуште: отель сочетает в себе комфортные номера и современный спа-центр, предлагающий разнообразные услуги, включая ароматерапию и массажи с использованием местных эфирных масел.

4. Спа-центр в Феодосии: центр предлагает программы по восстановлению здоровья, включая фитотерапию и йогу, что привлекает как туристов, так и местных жителей.

Эти проекты не только способствуют развитию туризма, но и подчеркивают уникальность крымского региона благодаря использованию его природных ресурсов.

Таким образом, спа-туризм в Крыму имеет значительные перспективы развития благодаря уникальным природным ресурсам, таким как минеральные воды и климатические условия. Это направление может способствовать укреплению здоровья нации, предлагая разнообразные оздоровительные процедуры и программы, направленные на профилактику заболеваний и восстановление сил.

Крым может стать центром привлечения туристов, заинтересованных в wellness-путешествиях, что будет способствовать развитию местной экономики и созданию новых рабочих мест. Инвестиции в инфраструктуру спа-отелей и медицинских учреждений также могут повысить качество услуг и привлечь международное внимание к региону.

Список литературы

1. *Абакумова И.В.* Обучение и смысл: смыслообразование в учебном процессе (Психолого-дидактический подход). Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2013. – С. 262.
2. *Бондырева С.К.* Психолого-педагогические проблемы интегрирования образовательного пространства: Избранные труды. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2013. – С. 26.
3. *Гура В.В.* Теоретические основы педагогического проектирования личностно-ориентированных образовательных ресурсов и сред. – Ростов-на-Дону, Изд-во ЮФУ, 2017. – С. 52.
4. *Дегтярева Т.С.* Иностранный язык как фактор становления поликультурного личностно развивающего образовательного пространства вуза: Автореф. ... дисс. канд. пед. наук. – Ростов-на-Дону, 2010. – 23 с.
5. *Симаева И.Н.* Инклюзивное образовательное пространство / И.Н. Симаева, В.В. Хитрюк // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2014. – №5. – С. 31 – 39. EDN SDMOCF
6. *Слободчиков В.И.* Образовательная среда: реализация целей образования в пространстве культуры // Новые ценности образования: культурные модели школ. Вып. 7. Инноватор – Bennet – college. – М., 1997. – С. 177–184.

УДК 338

Зотов Евгений Дмитриевич,

SPIN-код: 5036-0220

бакалавр 2 курса, направление «менеджмент»,
профиль «менеджмент недвижимости»

Мамонтова Ирина Юрьевна,

SPIN-код: 3582-1320

научный руководитель, кандидат педагогических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству», г. Москва

ЗНАЧЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ В РАЗВИТИИ СУБЪЕКТОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *финансовая поддержка, регионы РФ, неравенство, механизмы финансовой поддержки, экономический кризис, трудовой рынок.*

АННОТАЦИЯ. *Существующая система предоставления финансовой поддержки регионам Российской Федерации была результатом проведения реформ, решающих многие проблемы. Авторы исследуют неравенство в социально-экономическом развитии субъектов требует пересмотра механизмов финансовой поддержки. Работа актуальна из-за значительных различий между субъектами, что сохраняется постоянно, мониторинг развития нестабильных периодов важен для понимания кризиса в экономических сферах и рынке труда. Авторы рассматривают историю и анализируют проблемы финансовой поддержки регионов, обусловленных дефицитом и различиями в развитии, предлагая способы разрешения проблем, том числе благодаря повышению уровня сервиса и развития внутреннего туризма.*

Zotov Evgeny Dmitrievich,

SPIN code: 5036-0220

Bachelor of the 2nd year, direction «management»,
profile «real estate management»

Mamontova Irina Yurievna,

SPIN code: 3582-1320

Scientific supervisor, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor,
Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Education "State University of Land
Management",
Moscow

THE IMPORTANCE OF FINANCIAL SUPPORT IN THE DEVELOPMENT OF THE SUBJECTS OF THE RUSSIAN FEDERATION

KEYWORDS: *financial support, regions of Russia, inequality, financial support mechanisms, economic crisis, labor market.*

ANNOTATION. *The existing system of providing financial support to the regions of the Russian Federation was the result of reforms that solve many problems. The authors explore the inequality in the socio-economic development of subjects that requires a review of financial support mechanisms. The work is relevant due to significant differences between the subjects, which persists constantly, monitoring the development of unstable periods is important for understanding the crisis in economic spheres and the labor market. The authors examine the history and analyze the problems of financial*

support for regions caused by shortages and differences in development, suggesting ways to solve problems.

Ключевые аспекты значения финансовой поддержки в развитии субъектов РФ можно выделить следующие:

- 1) Стимулирование экономического роста
- 2) Совершенствование инвестиционного климата
- 3) Обеспечение социальной стабильности

Значимость данного исследования вызвана стабильно существующими стойкими различиями нормативной документации регионами Российской Федерации. В теории и реализации государственных и муниципальных финансов часто упоминается «Экономическая поддержка». Однако, несмотря на распространённость этого термина, необходимо его тщательное теоретическое переосмысление, поскольку концепция и экономическое содержание остаются мало изученными.

Редакция Бюджетного кодекса Российской Федерации была обновлена федеральным актом № 63-ФЗ от 26 апреля 2007 года и последующим изменением от 4 августа 2023 года. Эти внесенные изменения затрагивают разнообразные аспекты бюджетной деятельности, направленные на согласование действующих законодательных рамок с заложенными бюджетными стандартами.

Нормативно-правовые акты федерального уровня также могут предусматривать механизмы распределения федеральных средств между субъектами РФ, в том числе субвенций и субсидий на развитие регионов. Субъекты Российской Федерации, в свою очередь, принимают свои нормативные акты, которые регулируют вопросы локального значения и учитывают особенности и потребности конкретного региона [1]. Таким образом, предложенные изменения направлены на более четкое и последовательное регулирование бюджетного процесса и установление единых правил и терминов для его осуществления.

На основании информации, изложенной в статье 208 Федерального закона № 466-ФЗ, касающейся дотаций для приведения в равновесие бюджетных возможностей регионов Российской Федерации на 2023, 2024 и 2025 годы, можно провести оценку объема финансовой поддержки, предоставляемой различным субъектам страны. Увеличение финансовой помощи позволяет менее развитым территориям получить необходимые средства для развития ключевых сфер, таких как инфраструктура, образование, здравоохранение, что, в свою очередь, способствует улучшению качества жизни местного населения [5].

Поддержка бедных или малоразвитых регионов помогает уменьшить неравенство и способствует социальной справедливости, обеспечивая гражданам равные возможности для развития. Общий объем распределенных дотаций в 2023 году составляет 822 859 787,7 тыс. рублей, в 2024 году – 857 773 581,1 тыс. рублей и в 2025 году – 892 881 449,2 тыс. рублей. Эти цифры говорят о значительных суммах, выделенных на поддержку регионов в течение планового периода.



Рис. 1. Структура государственного долга субъектов РФ

Такой подход к распределению средств позволяет уравнивать различия в экономическом развитии различных регионов России и содействует общему благосостоянию страны. Важно, чтобы эти дотации были направлены на целевое и эффективное использование для достижения поставленных задач развития и социальной поддержки населения. Российская Федерация осуществляет перераспределение средств из федерального бюджета в бюджеты субъектов РФ через направление средств на стабилизацию регионального бюджета, субсидий и других межбюджетных трансфертов [2].

Межбюджетные трансферты формируются в соответствии с Бюджетным кодексом РФ и имеют целевой характер, не могут быть использованы для других целей. В течение более чем 12 лет большинство регионов РФ остаются дотационными, но существует лишь небольшое количество донорских регионов. Важно отметить, что перераспределение средств между регионами не всегда однозначно показывает, кто является донором или получателем, так как региональные дотации и возвратные переводы могут быть сбалансированы.

Межбюджетные трансферты остаются важным инструментом поддержки регионов России и помогают выравнять различия в уровнях их развития. Необходимость поддержки дотационных регионов обусловлена неравномерностью их экономического развития и бюджетного потенциала. Важно стремиться к тому, чтобы регионы могли стать самофинансирующимися и не зависели от постоянной финансовой поддержки.

В период 2017-2018 годов было выявлено, что 12 регионов Российской Федерации испытывали нехватку бюджетных средств. При этом регионы не запрашивали дополнительных средств у правительства. Это Ханты-Мансийский, Ямало-Ненецкий, Ненецкий автономные округа; Тюменская, Самарская, Сахалинская, Свердловская, Московская и Ленинградская области; Республика Татарстан, а также города Москва и Санкт-Петербург [6].

За последнее десятилетие увеличился поток дотационных средств регионам на 5% ежегодно, что показывает устойчивый рост поддержки. Так, в 2017 году дотационные соревнования составляли около 20%, тогда как двумя годами ранее оно было на уровне 10.9%. Регионы также стали более активно обмениваться бюджетными средствами между собой.

В нынешнее время Республика Дагестан получает наибольший трафик дотаций от правительства – в 2018 году туда было направлено около 60 млрд руб. Алтайский Камчатский края, Чеченская республика Якутия и Крым также получают значительную долю помощи. Объем федеральных дотаций в эти регионы составляет свыше 42%.

Методика оценки вклада туриндустрии в валовый региональный продукт (ВРП) от Росстата включает следующие ключевые показатели: вклад туриндустрии: предполагаемый вклад туризма в ВРП составляет до 6-7% в некоторых регионах России; созданные рабочие места: туризм обеспечивает от 6 до 10% всех рабочих мест в туристических центрах; добавленная стоимость: оценка добавленной стоимости от туристической деятельности варьируется от 350 до 500 млрд рублей в год на уровне всей страны; экспорт услуг: туризм как экспортная отрасль может составлять до 2-3% от общего экспорта услуг страны.

Свыше полутора триллионов рублей было перечислено за 2017 год всем российским регионом совокупности, что на 13% больше, чем в предыдущие годы. Среди всех потребностей, обозначенных в обращении в федеральный центр, особое внимание обращается на приоритетных нуждах, которые должны быть документально подтверждены. Процентное соотношение дотаций в рамках общих собственных доходов субъектов Федерации испытывало колебания на протяжении периода с 2019 по 2023 годы. Регионы, не зависящие от дотаций и имеющие их долю на уровне 0%, увеличились с 11 до 12 в отчетном периоде. В то же время, области с низким уровнем дотаций, где они составляют менее 10%, зафиксировали снижение количества с 39 до 32.

Проблемы в области финансовой поддержки в развитии субъектов РФ могут быть разнообразными и затрагивать различные аспекты. Вот некоторые из потенциальных проблем, с которыми сталкиваются субъекты РФ в данной области:

- 1) Недостаток финансирования
- 2) Неравномерное распределение финансовых ресурсов
- 3) Высокая зависимость от федерального бюджета
- 4) Недостаточная эффективность использования бюджетных средств

Среднедотационные регионы, где доля дотаций составляет от 10 до 40%, увеличились с 29 до 35. Высокодотационные регионы с долей дотаций более 40% остались стабильными на уровне 6 за весь период.

Общее снижение поддержки регионам определённые годы может потребовать пересмотра стратегии распределения средств для обеспечения эффективности и достижения поставленных целей. Перераспределение финансовых потоков и уделение приоритета более значимым направлениям может способствовать улучшению ситуации и повышению эффективности вложений в регионы Российской Федерации [4].

За 2020 год объем субвенций достиг 30,9%. Средства свыше половины (44,9%) шли на оплату ЖКУ для определенных категорий граждан. Отмечается недостаток направленных ассигнований в сферу здравоохранения, направляемый на решение проблем со здоровьем после перенесённой вакцинации. Гражданам, получившим травматизацию из-за вакцинации, полагается ежемесячная компенсация, однако на эти цели направлена всего лишь 0,1%, что является весьма недостаточной суммой. При этом в 2020 году было перечислено 3,5% на здравоохранение от общего объёма дотации.

Недостаток переводов денежной поддержки от федерального бюджета прослеживался в субсидиях в 2018 году, поскольку он составлял около 6% от всех сумм, направляемых иными бюджетами. Трафик разделялся следующим образом: на ремонт и строительство автотрасс было направлено более 46%, на мероприятия, способствующие выработке привычек к ведению здорового образа жизни, было направлено около 1% дотаций. Часть средств были направлены на поддержку мероприятий, проводимых в связи с чемпионатом мира по футболу 2018 года.

Изменения в структуре трансфертов от межбюджетных источников наблюдался в 2021 году. Субъекты России получили помощь на 3% меньше, при этом субвенции также уменьшились на 2,3%. Эту картину скрасил увеличившийся поток субсидий, который стал на 3% больше. 56,4% трансфертов была обеспечена дотациями из Федерального бюджета. Если рассматривать целевые потоки финансовой помощи, то видно, что 80,9% средств было направлено на нормализацию бюджетов региональных субъектов. Более подробно оценить состояние бюджетов субъектов за 2019-2023 годы можно с помощью данных Министерства финансов РФ (таблица 1).

Показатель	2019	2020	2021	2022
Доходы	13 572,3	13 630,2	14 348,0	15 036,0
%% ВВП	12,3	12,7	12,4	12,1
Собственные доходы	11 185,1	10 161,2	11 498,3	12 272,4
Межбюджетные трансферты из ФБ	2 387,2	3 469,0	2 849,7	2 763,6
Расходы	13 567,6	14 511,6	14 761,5	15 256,5
%% ВВП	12,3	13,6	12,8	12,3
Дефицит	4,7	-881,4	-413,6	-220,5
%% ВВП	0,0	-0,8	-0,4	-0,2

Рис.2. Составляющие бюджетов субъектов в 2019 – 2023 гг. [3]

Для разрешения проблем с финансовой поддержкой регионов важно принять некоторые рекомендации:

- 1) Повышение эффективности расходов
- 2) Расширение налоговой базы
- 3) Развитие инвестиционной привлекательности регионов
- 4) Улучшение управления финансами
- 5) Развитие социально-экономической инфраструктуры

Применение данных рекомендаций позволит улучшить финансовую устойчивость регионов Российской Федерации и способствовать их повышенному экономическому развитию.

В периоды нестабильности становится особенно важным изучение текущей динамики социально-экономического развития. Это объясняется необходимостью понимания глубины кризиса в различных отраслях экономики, состояния рынка труда, изменений уровня жизни населения, а также скорости восстановления экономики на этапе выхода из кризиса. Для эффективной системы помощи необходимо определить ключевые проблемы и потребности регионов, а также разработать механизмы и инструменты для их решения. Важно учитывать специфику каждого региона и его особенности, чтобы обеспечить наибольший эффект от предоставляемой поддержки.

Система поддержки регионов подразумевает собой совокупность следующих компонентов:

1) Финансовая поддержка, то есть предоставление субвенций, грантов, компенсаций и других видов финансовой помощи для решения конкретных проблем и стимулирования развития регионов.

2) Консультационная и экспертная поддержка, к которым можно отнести предоставление консультаций, обучающих программ, аналитических материалов и экспертной оценки для помощи в разработке и реализации региональных программ и проектов.

3) Техническая помощь, где предоставление технической поддержки в виде оборудования, технологий, инноваций и других ресурсов играют немаловажную роль для развития регионов.

4) Поддержка в области образования и культуры. К данному компоненту можно отнести реализацию программ по развитию образования, культуры, спорта, здравоохранения и других социально значимых сфер для повышения качества жизни жителей регионов.

5) Мониторинг и оценка эффективности, в том числе проведение систематического мониторинга и оценки результатов предоставляемой помощи для корректировки стратегии и обеспечения достижения поставленных целей.

Анализ федеральных дотаций показывает разнообразие ситуации в регионах, где некоторые получают значительные суммы, в то время как другие нуждаются в более активной финансовой поддержке. Неравномерное распределение федеральных средств может быть вызвано различиями в экономическом развитии, уровне жизни населения и бюджетном потенциале. С учетом описанных факторов, важно продолжать совершенствовать механизмы финансовой поддержки, учитывая потребности и специфику каждого региона, чтобы обеспечить устойчивое социально-экономическое развитие всей страны.

Список литературы

1. Бюджетный кодекс РФ от 31.07.1998 № 145-ФЗ
2. Гриценко, Д.Д. Проблема дотационных распределений URL:
https://iupr.ru/domains_data/files/zurnal_20.pdf/. – 20.05.2024.
3. Министерство финансов РФ URL:
https://www.minfin.ru/ru/performance/regions/mb/mb2019_2021.

4. Митина И.А., Челышева Э.А. Финансовая политика региона и особенности ее реализации // Вестник Евразийской науки, 2018 №1. URL: <https://esj.today/PDF/51ECVN118.pdf>.
5. Федеральный закон от 06.10.1999 № 184-ФЗ «Об общих принципах организации законодательных и исполнительных органов государственной власти субъектов РФ».
6. Христенко, В.Б. Межбюджетные отношения и управление региональными финансами: опыт, проблемы, перспективы. М.: Дело, 2002. С. 105–106.

УДК 338.2

Наумович Юлия Николаевна,

SPIN-код: 5400-6976

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Менеджмент»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬНОГО СЕРВИСА ЗА СЧЕТ ПРИМЕНЕНИЯ ПРОЕКТОВ СОВРЕМЕННЫХ ИННОВАЦИЙ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *менеджмент, проект, совершенствование, предприятие, строительный сервис*

АННОТАЦИЯ. *В статье предлагается возможный путь совершенствования предприятия в сфере строительного сервиса. Обосновывается применение современных инноваций. Приводятся преимущества использования комплекса МЭЛ-3.0.*

Naumovich Yulia Nikolaevna,

SPIN code 5400-6976

2st year student of the master's degree, the field of study «Management»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

IMPROVEMENT OF THE ENTERPRISE IN THE FIELD OF CONSTRUCTION SERVICES THROUGH THE USE OF MODERN INNOVATION PROJECTS

KEYWORDS: *management, project, improvement, enterprise, construction service.*

ANNOTATION. *The article suggests a possible way to improve the enterprise in the field of construction services. The application of modern innovations is justified. The advantages of using the MEL-3.0 complex are given.*

Использование возможностей современных инноваций приносит социальный и экономический эффект. В связи с этим целью данной публикации является обоснование приобретения и внедрения в производство роботизированного лазерного комплекса МЭЛ-3.0 (рис. 1) для многопрофильной компании АО «Метрострой Северной Столицы», предоставляющей услуги строительного сервиса



Рис. 1. Алгоритм исследования

Цена МЭЛ-3.0 варьируется в зависимости от наполняемости функциями по использованию. Стоимость складывается из особенностей каждого предприятия и рассчитывается индивидуально. Отличительной его особенностью от конкурентов является мобильность комплекса с возможностью проведения обработки на территории предприятия заказчика, способность обрабатывать детали различных габаритов и разных марок стали.

Метростроение играет немаловажную роль в инфраструктуре города. От качества сданных объектов зависит качество жизни горожан (метро пользуются все слои населения от 0 до 80+). Имея на балансе мобильный роботизированный лазерный комплекс МЭЛ-3.0, строительная компания улучшит качество выпускаемого продукта, а также сможет повысить свой доход от предоставления услуг по обработке деталей сторонним организациям.

Успешность проекта по внедрению в производство МЭЛ-3.0 учитывает следующие критерии значимости:

1. **Общественная значимость** – оборудование будет применяться в работе по сдаче станций метро, установке / ремонту ступеней эскалаторов, а также строительству новых городских объектов, принося вклад в инфраструктуру города, улучшая качество жизни общества.

2. **Эффективность** – улучшение качества исходного продукта, а также, получение дополнительного дохода от предоставления услуг по обработке деталей сторонним организациям, так скажем, своего рода, постепенная самоокупаемость.

3. **Устойчивость** – данное оборудование актуально в сфере метростроения и будет использоваться долгие годы, не только улучшая качество работы компании, но и принося дополнительный доход от предоставления услуг сторонним организациям.

4. **Масштабируемость** – возможность использования оборудования другими организациями иных сфер деятельности (кораблестроение, машиностроение, аэрокосмическая промышленность, инструментальная и штамповая промышленность, нефтегазовая промышленность, производство тяжелых машин и оборудования, металлургические комбинаты и пр.).

5. **Открытость** – сведения о данном продукте находятся в общем доступе для потребителей.

Излагаемый социально-значимый проект внедрения в производство роботизированного лазерного комплекса МЭЛ-3.0 учитывает городскую среду, то есть рассчитан на позитивные изменения в жизни города, развивая городскую инфраструктуру и улучшая жизнь горожан.

Следует дать описание АО «Метрострой Северной Столицы». Он осуществляет возведение объектов метрополитена, подземных, транспортных, гражданских и других сооружений. Данная организация является единственным исполнителем работ по проектированию, строительству и реконструкции объектов метрополитена в Санкт-Петербурге. Это центр управления строительством не только петербургского метрополитена, но и многих других значимых городских объектов. На рынке более 80 лет. В штате компании числится более 3500 сотрудников. Структура компании включает:

Центральное управление (контроль над структурными подразделениями, построение планов по развитию метростроения, разработка основных управленческих решений).

Строительные управления (1 – реализует полный комплекс работ на строительных площадках; 2 – выполняет подземные строительные-монтажные работы);

Заводы (эскалаторный завод – производство узкобалюстрадных эскалаторов КТП-5 и необходимых комплектующих; завод ЖБИ – выпуск железобетонной обделки и других ж/б конструкций для метро и тоннелестроения, располагает современным арматурным и сварочным производством, есть аттестованная лаборатория для контроля качества и испытаний материалов разрушающим методом).

Управление механизации (ведет работы на всех строительных и производственных площадках по техническому перевооружению объектов, по монтажу и демонтажу горнопроходческого оборудования, обслуживание и ремонт спецтехники и др.).

У АО «Метрострой Северной Столицы» в настоящее время несколько проектов по реконструкции и строительству новых станций метро.

Следует более подробно рассмотреть специфику роботизированного лазерного комплекса МЭЛ-3.0. Компания «ТермоЛазер» и госкорпорация «Ростех» на международной промышленной выставке представили мобильный роботизированный лазерный комплекс МЭЛ-3.0. Данный комплекс разработан для обработки деталей, который может быть применен также в сфере деятельности метростроения. Технологические возможности оборудования: лазерная обработка крупногабаритных объектов; выполнение лазерных операций с объектами, размеры которых превышают размеры рабочей зоны технологического робота; возможность перемещения роботизированного лазерного комплекса с использованием его собственной транспортной системы; выполнение операций в различных структурных подразделениях одного предприятия. Мобильный комплекс состоит из роботизированного манипулятора и диодного лазера мощностью 3-5 кВт (рис. 1). Используемые в конструкции лазерные модули позволяют осуществлять термическое упрочнение, лазерную наплавку специальными порошками и сварку. В зависимости от особенностей производства комплекс может оснащаться дополнительными камерами, датчиками, сканерами и контроллерами.

Лазерная закалка – самый современный способ упрочнения стали. Она повышает износостойкость деталей без оплавления поверхности и нарушения геометрии. До настоящего времени подобные работы можно было проводить только в стационарных условиях. Новый мобильный комплекс позволяет обрабатывать крупногабаритные детали, которые трудно или невозможно транспортировать, например, турбины электростанций и компоненты бортовой обшивки кораблей.

Лазерная закалка проходит в два этапа. При термообработке лазерный луч нагревает внешние слои изделия со скоростью около 730 °С в секунду. Затем происходит быстрое охлаждение, позволяющее сформировать жесткую мартенситную структуру. В зависимости от материала и формы изделия, его эксплуатационный ресурс при лазерной закалке увеличивается в 1,6-5 раз.

Особенности использования: комплекс способен обрабатывать даже крупногабаритные детали, не поддающиеся транспортировке, при этом не требуется дополнительной механической обработки каждой детали постфактум, которая обычно удлиняет технологический процесс. Лазерная закалка проходит в два этапа (нагревание внешнего слоя

и быстрое охлаждение). Применимо в сфере метростроения: обработка эскалаторных ступеней, контактных рельсов, ходовых рельсов и узкоколейных рельсов. Преимуществами выступают: мобильность, точность обработки, увеличение износостойкости изделий срока службы эксплуатации в несколько раз. Кроме того, имея на балансе такое оборудование, можно дополнительно увеличить свой доход, предоставляя услуги по обработке деталей сторонним организациям с возможностью проведения обработки на территории предприятия заказчика. Недостатками являются высокая стоимость и срок производства. Скорость внедрения минимальная, но зависящая от срока производства данного комплекса, которое в среднем может занять 9 месяцев.

В исследуемом вопросе в маркетинге особое внимание необходимо уделить анализу конкурентов, привлечению общественности и рекламе.

1. Провести конкурентный анализ рынка: анализ конкурентов – основа маркетинговой стратегии и навык, который позволяет правильно выстроить ценообразование, дает возможность оценить конкурентоспособность организации и разработать стратегию для успешного развития. Следует раскрыть преимущества лазерной обработки по сравнению с традиционными методами закалки (табл. 1).

Таблица 1.

Сравнение лазерной обработки с традиционными методами

	Лазерная закалка	Традиционная закалка
Процесс	использует высокоэнергетический лазерный луч для быстрого нагрева быстро изнашиваемой поверхности	работает с помощью электрического тока или открытого пламени с последующей закалкой в жидкой среде
Точность	обеспечивает большую точность, позволяя целенаправленно закалывать определенные участки без воздействия на окружающий материал	часто приводят к увеличению зоны термического влияния, что может привести к деформации или нежелательным изменениям свойств материала
Скорость	это быстрый процесс, нагрев и охлаждение происходят в течение миллисекунд	обычно требуют более длительного времени нагрева и охлаждения, что может привести к увеличению потребления энергии и времени работы
Глубина	проникает неглубоко, от микрометров до нескольких миллиметров	позволяют достичь более глубокой закалки
Контакт	бесконтактный процесс, снижающий риск загрязнения и деформации	могут включать физический контакт между источником тепла и деталью, что потенциально может привести к деформации материала

На данный момент в городе имеется порядка 10 организаций, предоставляющих услуги по термическому закаливанию металлических деталей. Только две организации предлагают лазерную термическую обработку, но оборудование стационарное, более того, крупногабаритные детали не подлежат обработке.

У остальных массивное оборудование в виде шахтных и камерных печей. Главное отличие (преимущество) данного лазерного комплекса от конкурентов заключается в его мобильности, возможности равномерной лазерной обработки труднодоступных для системы порталного типа поверхностей деталей. Кроме того, комплекс позволяет обрабатывать детали различных габаритов (от 30 мм до 9 м), а также обрабатывать разные марки стали. Лазерная закалка и традиционные методы закалки отличаются по различным аспектам.

2. Привлечение общественной значимости. Как уже говорилось ранее, метро пользуются все слои населения от 0 до 80+. Данное оборудование также может быть использовано в разных отраслях (кораблестроение, машиностроение, металлургические комбинаты и пр.), повышая уровень эксплуатации исходного продукта, повысится качество жизни населения.

3. Для распространения информации об имеющемся лазерном комплексе будут предприняты следующие меры: размещение рекламной информации на официальном сайте компании; опубликование статей в журналах и газетах города; информирование партнеров о приобретенном комплексе с целью распространения информации, в свою очередь, по их источникам; создание группы по изучению рынка потребителей, у которых есть спрос на обработку деталей; направление рекламных писем потенциальным потребителям.

Производственный план внедрения в деятельность роботизированного лазерного комплекса МЭЛ-3.0 включает в себя следующие этапы проведения:

1. Подготовка доклада для презентации руководству организации (2 дня).
2. Составление предложений по проекту, доработка доклада (1 день).
3. Предварительное проведение переговоров с потенциальным поставщиком оборудования (1-2 дня).

4. Презентация доклада на Совете Директоров компании. Получение одобрения и внесение затрат на закупку данного комплекса в годовой планкомпании (7 дней).

5. Проведение плановых мероприятий: подготовка закупки на поставку оборудования: оформление всех необходимых документов на первоначальном этапе (1-2 дня); согласование закупки внутри компании посредством электронной программы СЭД (7-10 дней); заключение договора с поставщиком лазерного комплекса (5 дней); внесение авансового платежа (при условии предоплаты) (7 дней); доставка и монтаж оборудования (10 месяцев); получение первичной документации (1-3 дней); наладка и проверка оборудования, испытание установленного комплекса, наладка системы управления (2-3 дня); обучение персонала по работе с данным оборудованием (1-3 дня); окончательный финансовый расчет с поставщиком (7 дней); ввод в эксплуатацию (1 день).

Организация управления будет реализовывать следующие этапы:

1. Приобретение роботизированного лазерного комплекса и его ввод в эксплуатацию (12 месяцев). На данном этапе будут задействованы следующие специалисты компании: специалист отдела материально-технического обеспечения, специалист по закупкам тендерно-договорного отдела, руководящий состав (профильное согласование закупки и подписание договора), специалист-инициатор, для структурного подразделения которого приобретается лазерный комплекс, 2 сотрудника склада, производственный рабочий, непосредственно осуществляющий эксплуатацию данного комплекса.

2. Поиск персонала / обучение имеющегося (30 дней).

3. Продвижение на рынок предоставления услуг по обработке деталей сторонним организациям (на постоянной основе).

4. Активная эксплуатация оборудования (на постоянной основе).

Источниками финансирования по данному проекту выступают город, предварительно включив данные затраты в годовой лимит, и/или Банк ВТБ в качестве предоставления льготного кредитования.

Цена приобретаемого роботизированного лазерного комплекса МЭЛ-3.0 варьируется и зависит от наполняемости функциями по использованию. Стоимость складывается из особенностей каждого предприятия и рассчитывается индивидуально. К сожалению, нет возможности представить стоимость компонентов установки, поскольку это конфиденциальная информация. Для реализации проекта потребуется порядка нескольких десятков миллионов рублей. Примерная окупаемость (без учета предоставления услуг сторонним организациям) в среднем может занять от 8 до 10 лет.

После реализации проекта по приобретению мобильного роботизированного лазерного комплекса МЭЛ-3.0 возможны некоторые риски:

- производственные – возможен выход из строя комплекса в связи с перегревом, особенно, в летнее время года; во избежание перегрева необходим постоянный контроль системы, отвечающей за охлаждение и своевременное техническое обслуживание;
- коммерческие – низкая заинтересованность сторонних организаций по обработке деталей; для снижения данных рисков необходимо применить ценовую лояльность, например, ввести систему скидок на «первую покупку» и постоянным потребителям;
- финансовые – долгосрочная окупаемость приобретаемого лазерного комплекса (наладить работу с заключением договоров по обработке деталей с заказчиками).
- форс-мажор – для исключения непредсказуемых событий (затопление, возгорание и пр.) необходимо застраховать оборудование.

Список литературы

- 1 Поляков, Н. А. Управление инновационными проектами : учебник и практикум для вузов / Н. А. Поляков, О. В. Мотовилов, Н. В. Лукашов. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 384 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-15534-1. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/511434> (дата обращения: 16.01.2024).
- 2 Чекмарев, А. В. Управление ИТ-проектами и процессами : учебник для вузов / А. В. Чекмарев. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 228 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-11191-0. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/516193> (дата обращения: 16.01.2024).

УДК 338.2

Китченко Анна Игоревна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Менеджмент»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент, доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННОГО ССП-ОРИЕНТИРОВАННОГО ПОДХОДА К МЕНЕДЖМЕНТУ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СФЕРЕ БИЗНЕС-СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *менеджмент, предприятие, бизнес-сервис, совершенствование, ССП*

АННОТАЦИЯ. *В статье предлагается возможный путь совершенствования менеджмента предприятия в сфере бизнес-сервиса. Рассматривается современный ССП-ориентированный подход для реализации этого. Приводятся преимущества от его использования*

Kitchenko Anna Igorevna,

2st year student of the master's degree, the field of study «Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management,

Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

THE USE OF A MODERN SSP-ORIENTED APPROACH TO ENTERPRISE MANAGEMENT IN THE FIELD OF BUSINESS SERVICES

KEYWORDS: *management, enterprise, business service, improvement, BSC.*

ANNOTATION. *The article suggests a possible way to improve the management of an enterprise in the field of business service. A modern BSC-oriented approach to implement this is being considered. The advantages of using it are given*

Для современного предприятия, работающего в сфере бизнес-сервиса, важно не только разработать стратегию, но и эффективно управлять ее реализацией. Сбалансированная система показателей (ССП) является одним из основных инструментов для этого. В связи с быстрым развитием информационных технологий и постоянно меняющейся бизнес-средой, существует высокий спрос на программные комплексы, способные моделировать и управлять системой сбалансированных показателей. Целью данной статьи является обзор существующих программных комплексов для моделирования системы сбалансированных показателей. В рамках исследования будут рассмотрены основные характеристики и функциональные возможности этих комплексов, их преимущества и недостатки.

Следует сформировать критерии, которым должен соответствовать программный комплекс для моделирования и управления системой сбалансированных показателей. Программа должна быть удобной при визуализации и учитывать все четыре перспективы сбалансированной системы показателей (ССП) и их иерархичность. Она должна давать возможность интегрировать утверждения и данные из миссии в стратегию, а затем в целевые показатели и индикаторы. Также она должна обладать многопользовательским интерфейсом, кокпитом и другими необходимыми инструментами. Программа должна предоставлять возможность тестирования системы и ее корреляции с системой процессного управления, а также быть основой для сбора, обобщения и систематизации данных. На основе этих данных она должна помогать принимать обоснованные экономические и управленческие решения по ведению и развитию бизнеса. На рынке имеются такие программные решения, которые соответствуют этим критериям (табл. 1).

Таким образом, BSC Designer – идеальный выбор для компаний, специализирующихся на системах показателей BSC и ищущих гибкость конфигурации. QPR Suite – подходит для предприятий с уклоном в производственные процессы, но может быть ограничен для полного управления всем бизнесом.

Таблица 1.

Сравнение программных решений (ПР)

Программное решение	Описание	Особенности
BSC Designer	Специализируется на создании и управлении системами показателей BSC. Обладает гибкими возможностями конфигурации и удобным интерфейсом.	Гибкие возможности конфигурации. Удобный интерфейс. Ориентирована на системы показателей BSC.

Продолжение таб. 1

QPR Suite	Предоставляет инструменты для управления производственными процессами и системами стратегических показателей.	Фокус на производственных процессах. Инструменты для управления стратегическими показателями.
1С: Предприятие	Предоставляет разнообразные решения для автоматизации бизнеса, включая управление стратегическими показателями.	Многофункциональность. Управление стратегическими показателями. Интеграция с другими системами.
SAP Business Objects	Предоставляет мощные инструменты для создания и управления системами показателей.	Мощные инструменты. Излишняя сложность и дороговизна для многих компаний.
Bitrix24	Российская платформа для управления бизнесом с русскоязычным интерфейсом и многопользовательским доступом.	Простота использования. Гибкость. Модуль для управления стратегическими показателями. Соответствие российским стандартам и требованиям.

1С:Предприятие – многофункциональная система, подходящая для комплексной автоматизации бизнеса, но может быть излишне сложной и дорогостоящей. SAP Business Objects – мощный инструмент, но его сложность и стоимость могут оказаться препятствием для многих российских компаний. Bitrix24 – Наиболее подходящий вариант, благодаря своей простоте использования, гибкости и соответствию российским стандартам и требованиям. Он предоставляет не только модуль для управления стратегическими показателями, но и широкий спектр других инструментов для управления бизнес-процессами.

Преимущества программного комплекса Bitrix24 проявляются в нескольких ключевых аспектах:

- Интегрированность является основным преимуществом данной платформы. Bitrix24 предоставляет обширный арсенал инструментов, позволяющих эффективно управлять бизнесом. Этот арсенал включает в себя системы управления задачами, проектами, CRM (Customer Relationship Management) и другие не менее важные компоненты.

- Гибкость является важным аспектом функционала Bitrix24. Платформа позволяет пользователю настраивать систему показателей Balanced Scorecard (BSC) в соответствии с уникальными потребностями предприятия и его бизнес-процессами. Такая гибкость делает Bitrix24 идеальным инструментом для адаптации к различным сценариям бизнеса.

- Еще одним важным преимуществом Bitrix24 является его масштабируемость. Платформа подходит как для малых, так и для крупных предприятий, обеспечивая возможность масштабирования в соответствии с ростом бизнеса. Таким образом, Bitrix24 обладает всеми необходимыми характеристиками для эффективного управления бизнесом любого масштаба.

В рамках функционала Bitrix24 следует выделить несколько ключевых компонентов. Система задач и проектов предоставляет возможность управления выполнением стратегических целей и задач на всех уровнях управления. CRM модуль предназначен для управления клиентскими отношениями и мониторинга ключевых показателей производительности взаимодействия с клиентами. Внутренние коммуникации обеспечивают эффективный обмен информацией между сотрудниками и департаментами компании, способствуя улучшению внутренней координации и командной работы. Наконец, функционал отчетности и аналитики позволяет пользователю мониторить ключевые показатели и анализировать эффективность бизнес-процессов, что является важным инструментом для принятия обоснованных стратегических решений.

Bitrix24 предлагает различные тарифные планы как для краткосрочного использования (на месяц), так и для долгосрочного (на год). На месяц пользователь может выбрать между пятью вариантами тарифов, начиная от бесплатного, предназначенного для небольших команд до 5 пользователей, и заканчивая тарифом «Энтерпрайз», ориентированным на крупные компании с расширенными требованиями, обслуживающими до 250 пользователей. При выборе годового тарифа предоставляется скидка в 20 %, что делает использование Bitrix24 еще более экономически выгодным. Важно отметить, что каждый тарифный план включает в себя широкий набор инструментов для совместной работы, управления проектами, CRM и другие функции, что обеспечивает гибкость выбора в зависимости от потребностей компании.

Преимущества компенсации стоимости использования Bitrix24 оказываются на различных уровнях организации:

– Использование данной платформы способствует улучшению эффективности работы команды благодаря предоставлению широкого спектра инструментов для совместной работы и управления проектами. Это, в свою очередь, повышает производительность труда и способствует достижению стратегических целей компании.

– Автоматизация процессов в Bitrix24 помогает сократить временные затраты на выполнение рутинных задач, освобождая время для решения более важных задач и повышения качества работы.

– Использование CRM и других инструментов Bitrix24 способствует улучшению качества обслуживания клиентов, позволяя эффективно управлять клиентскими отношениями и обеспечивать высокий уровень сервиса.

В результате анализа интегрированного программного комплекса для моделирования и управления системой сбалансированных показателей можно сделать следующие выводы:

1. Современные подходы к управлению бизнесом все больше ориентированы на использование интегрированных программных комплексов, способных эффективно моделировать и управлять системой сбалансированных показателей (BSC). Это связано с растущей сложностью бизнес-процессов и необходимостью оперативного принятия стратегических решений.

2. Интегрированный программный комплекс должен обладать рядом ключевых характеристик, таких как удобство использования, гибкость настройки, возможность интеграции с другими системами управления и аналитики, а также поддержка многопользовательского доступа.

3. Практические аспекты применения таких программных комплексов включают не только моделирование и управление системой сбалансированных показателей, но и анализ полученных данных, принятие обоснованных управленческих решений и непрерывное улучшение бизнес-процессов.

4. При выборе программного комплекса для моделирования и управления системой сбалансированных показателей необходимо учитывать специфику бизнеса компании, ее потребности и особенности, а также соответствие выбранного комплекса современным требованиям и стандартам.

Таким образом, интегрированный программный комплекс для моделирования и управления системой сбалансированных показателей является важным инструментом современного бизнеса, который способствует повышению эффективности управления и достижению стратегических целей.

Список литературы

- 1 Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 397 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-17500-4. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/533205> (дата обращения: 16.01.2024).

УДК 3.373.79.81

Соколова Алина Юрьевна,

студент 1 курса магистратуры, направление подготовки «Сервис»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент зав. кафедрой менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

ФОРМИРОВАНИЕ КОМАНДЫ ПРОЕКТА В СФЕРЕ НЕДВИЖИМОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *формирование команды, лидерство, стратегии, сфера недвижимости, функции участников.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлена актуальная в современном бизнесе тема, где качественное управление проектами становится все более важным для конкурентоспособности компаний. Изучение позволит выявить оптимальные практики, способствующие успешной реализации проектов в области недвижимости. Также будут рассмотрены пути повышения конкурентоспособности компаний*

Sokolova Alina Yurievna,

1st year student of the master's degree, the field of study «Service»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Head of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

FORMATION OF A REAL ESTATE PROJECT TEAM

KEYWORDS: *team formation, leadership, strategies, real estate, functions of participants.*

ANNOTATION. *The article presents a topic that is relevant in modern business, where quality project management is becoming increasingly important for the competitiveness of companies. The study will identify best practices that contribute to the successful implementation of real estate projects. Ways to increase the competitiveness of companies will also be considered.*

Актуальность исследования определяется тем, что в сфере недвижимости формирование эффективной команды проекта играет ключевую роль в обеспечении успешного выполнения задач и достижения целей. Эта тема становится все более актуальной в современном бизнесе, где управление проектами является ключевым фактором успеха компаний. В дальнейшем будет рассмотрено существующее состояние проблемы, исследованы лучшие практики формирования команды проекта в сфере недвижимости и сделаны выводы о том, как оптимизировать процесс работы команды для достижения наилучших результатов.

Целью исследования является изучение особенностей формирования команды проекта в области недвижимости, выявлении ключевых аспектов эффективного руководства и определении стратегий сотрудничества между участниками команды.

Команда проекта представляет собой группу людей, объединенных общей целью достижения определенного результата в рамках конкретного проекта. Члены команды наделены определенными ролями и функциями, работают совместно для достижения поставленных целей в установленные сроки.

Роли и функции участников команды. В команде проекта обычно выделяются следующие роли:

1) Проектный менеджер: отвечает за планирование, координацию и контроль хода выполнения проекта.

2) Специалисты по недвижимости: возможно присутствие архитекторов, строителей, юристов, финансовых аналитиков и других специалистов, нужных для выполнения задач проекта.

3) Коммуникационный менеджер: обеспечивает связь и взаимодействие между участниками команды и внешними заинтересованными сторонами.

Особенности формирования команды в сфере недвижимости. В сфере недвижимости проекты часто имеют специфические особенности, такие как:

1) Продолжительность процесса от идеи до завершения проекта, требующая стабильного и продуктивного функционирования команды на протяжении всего времени.

2) Необходимость взаимодействия с различными заинтересованными сторонами, такими как заказчики, инвесторы, государственные органы, что требует высокой коммуникативной компетенции команды [4].

Факторы успешной работы команды проекта в сфере недвижимости имеют ключевое значение для достижения поставленных целей и завершения проекта в срок.

1. Лидерство в команде.

Лидер проекта играет важную роль в формировании и руководстве командой. Качественное лидерство способствует созданию доверия, мотивирует участников, определяет стратегию выполнения задач и контролирует процесс разработки проекта.

2. Коммуникация и взаимодействие.

Эффективная коммуникация является основой успешной работы команды проекта. Четкое и своевременное информирование участников о задачах, изменениях, проблемах и принимаемых решениях способствует согласованной деятельности всех членов команды.

3. Управление конфликтами.

Конфликты могут возникнуть в любой команде, включая команду проекта. Важно уметь рано выявлять конфликтные ситуации, разрешать противоречия и способствовать конструктивному взаимодействию между участниками.

4. Мотивация участников.

Для достижения успеха в проекте необходимо обеспечить мотивацию всех членов команды. Мотивированные участники работают более продуктивно, стремятся к достижению целей и способствуют общему успеху проекта.

Проекты в сфере недвижимости имеют свои специфические особенности, которые отличают их от проектов в других областях

Длительный жизненный цикл проекта. Проекты в недвижимости обычно имеют длительный жизненный цикл, начиная от поиска участка или объекта до завершения строительства, продажи или аренды объектов, и даже управления недвижимостью после завершения проекта.

Сложность процесса принятия решений. В связи с большим объемом инвестиций, юридическими аспектами, стандартами строительства и многими другими факторами, проекты в недвижимости требуют комплексного подхода к принятию решений.

Участие разнообразных стейкхолдеров. В проектах недвижимости могут быть заинтересованы различные стейкхолдеры, такие как инвесторы, архитекторы, инженеры, государственные органы, клиенты и другие. Работа с такими разнообразными участниками является важной составляющей проекта [5].

Что касается требований к специалистам в команде проекта в сфере недвижимости, важно, чтобы в команде присутствовали специалисты с различными знаниями и опытом, такие как:

- Архитекторы и дизайнеры: отвечают за создание концепции и дизайн объекта недвижимости.
- Инженеры: занимаются технической частью проекта, такой как строительство, инженерные коммуникации и другие инженерные аспекты.
- Юристы и специалисты по недвижимости: занимаются юридическими аспектами проекта, включая заключение договоров, юридическую очистку объектов и другие вопросы.
- Финансисты и инвесторы: отвечают за финансовые аспекты проекта, в том числе бюджетирование, привлечение инвестиций и финансовый мониторинг.
- Менеджеры проекта: координируют работу всей команды, следят за сроками и бюджетом проекта.
- Таким образом, команда проекта в сфере недвижимости должна быть хорошо сбалансирована по компетенциям и способна эффективно справляться со специфическими задачами данной отрасли.

Развитие и совершенствование команды проекта в сфере недвижимости играет ключевую роль в успешной реализации задач и достижении поставленных целей. Ниже представлены несколько стратегий, которые могут быть применены для улучшения работы команды:

1. Обучение и развитие участников.

Организация специализированных тренингов и семинаров по актуальным темам в сфере недвижимости. Проведение внутренних обучающих программ для повышения компетенций участников команды. Поддержка участия в профессиональных конференциях и мероприятиях для обмена опытом.

2. Применение инновационных подходов. Внедрение новых технологий и программного обеспечения для улучшения эффективности работы команды. Стимулирование участников команды к поиску и внедрению инновационных идей в процессы проекта. Поддержка и поощрение творческого мышления и экспериментирования.

3. Оптимизация процессов в команде. Регулярное проведение анализа эффективности процессов работы команды и внедрение корректировок для улучшения результативности. Установление четких процедур и системы контроля качества выполнения задач. Стимулирование командной работы и взаимодействия участников для достижения общих целей. [3]

Подводя итог, важно также уделить внимание мотивации участников команды, создавая благоприятную атмосферу для сотрудничества, поощряя достижения и поддерживая дух команды. Регулярные обзоры работы команды, обратная связь и возможность личного и профессионального роста также являются ключевыми элементами успешного управления командой проекта в сфере недвижимости.

Вывод. Формирование команды проекта в сфере недвижимости является ключевым моментом для успешной реализации задач и достижения поставленных целей. Качественная и сплоченная команда способна эффективно работать над сложными проектами, представляющими собой долгосрочные инвестиции.

Важно уделить внимание не только профессиональным навыкам участников, но и их личным качествам, способности к командной работе и решению проблем. Успешная команда проекта должна быть гибкой, адаптивной к изменениям на рынке и способной эффективно работать в условиях высокой динамики сферы недвижимости.

Обучение, развитие участников, применение инновационных подходов и оптимизация процессов в команде играют важную роль в формировании успешной команды проекта в сфере недвижимости. Только объединив усилия и выстроив порядок внутри команды, можно достичь выдающихся результатов и успешно завершить проекты в данной сфере.

Список литературы

1. Грахов, В.П., Формирование эффективной команды проекта на примере МФЦ «ИТАЛМАС» / В.П. Грахов, С.А. Мохначев, И.А. Парамонов // Современные проблемы науки и образования. – 2019. – № 1-1. – URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=17870> (дата обращения: 25.05.2024).
2. Зиньковский, Д.С. Формирование проектной команды на рынке недвижимости / Д.С. Зиньковский, Я.В. Калустян // Сборник научных трудов V Республиканской конференции молодых ученых, аспирантов, студентов «Научно-технические достижения студентов, аспирантов, молодых ученых строительно-архитектурной отрасли» (19 апреля 2019 г.) : В 3-х т. Т. 2 : Экономика, управление и информационные системы в строительстве и недвижимости. – Макеевка : ГОУ ВПО «ДонНАСА», 2019. – 413с. – URL : http://www.donnasa.ru/publish_house/journals/studconf/2019/sbornik_konf_econom_nauk_2019_t2.pdf#page=45
3. Корниенко, В. И. Командообразование : учебник для вузов / В. И. Корниенко. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 291 с.
4. Котляров, М. А. Основы девелопмента недвижимости : учебное пособие для вузов / М. А. Котляров. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 160 с.
5. Талонов, А. В. Управление недвижимостью : учебник для вузов / А. В. Талонов [и др.] ; под редакцией А. В. Талонова. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 411 с.

УДК 338.2

Журавлева Любовь Александровна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Менеджмент»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ОСОБЕННОСТИ АВТОМАТИЗАЦИИ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ БИЗНЕС-СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *предприятие, менеджмента, автоматизация, управленческие стратегии*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматривается возможный путь достижения автоматизации бизнес-процессов предприятия и повышения их эффективности. Предлагается достичь решения данных задач за счет применения управленческих стратегий внедрения искусственного интеллекта. Рассматривается сфера бизнес-сервиса*

Zhuravleva Lyubov Alexandrovna,

2st year student of the master's degree, the field of study «Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor, Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

FEATURES OF AUTOMATION OF BUSINESS PROCESSES IN THE FIELD OF BUSINESS SERVICE

KEYWORDS: *enterprise, management, automation, management strategies*

ANNOTATION. *The article discusses a possible way to achieve automation of business processes of an enterprise and increase their efficiency. It is proposed to achieve the solution of these tasks through the use of management strategies for the introduction of artificial intelligence. The sphere of business service is being considered*

Искусственный интеллект (ИИ) представляет собой одну из самых волнующих технологий нашего времени, кардинально изменяющая подход к автоматизации процессов в сфере бизнес-сервиса. История ИИ начинается с середины XX века, когда британский математик и логик А. Тьюринг предложил концепцию машины, способной имитировать человеческий разум. В 1950 г. он опубликовал свою знаменитую статью «Computing Machinery and Intelligence». В ней рассматривается вопрос «Могут ли машины думать?» и предложен тест, известный впоследствии как «Тест Тьюринга», для определения способности машины к интеллектуальному поведению, неотличимому от человеческого (Turing, 1950). Как отметил С. Харнад, вопрос стал звучать как «Могут ли машины делать то, что можем делать мы (как мыслящие создания)?». Перефразируя: А. Тьюринг больше не спрашивает «Могут ли машины думать?», он спрашивает, может ли машина совершать действия, неотличимые от обдуманных действий. Он говорит не об игре или обмане людей, а о воспроизведении когнитивных способностей человека, о задачах создания и увеличения производительности, на способности машины к мыслительной форме – думать как человек [1].

В 1956 г. на конференции в Дартмутском колледже был официально введен термин «искусственный интеллект». Дартмутская конференция была организована М. Минским, Дж. Маккарти и К. Шенноном, Н. Рочестером от ИВМ. В рамках конференции было предложено утверждение: «Каждый аспект обучения или любая другая особенность интеллекта может быть настолько точно описана, что машина может быть создана для имитации». Так ИИ получил свое название, свою миссию, свой первый успех, это было его рождением [2].

Другие ученые понимали под искусственным интеллектом раздел информатики, занимающийся изучением свойства интеллекта через синтезирование интеллекта. Отечественные ученые В. Синельников и О. Ревинский видят в искусственном интеллекте компьютерную программу, которая способна самостоятельно создавать новую значительную информацию [3].

Начиная с конца 1990 г., развитие ИИ стало быстро прогрессировать. Это стало возможным, благодаря улучшению вычислительных мощностей и развитию алгоритмов машинного обучения. Рассматривая значимые этапы развития искусственного интеллекта в мире (таблица 1), можно смело сказать, что человек проявляет особый интерес к развитию и внедрению в нашу жизнь этой технологии.

Сегодня ИИ активно используется для автоматизации бизнес-процессов (АБП) в различных отраслях. АБП – это использование технологий для автоматического выполнения рутинных задач, которые раньше выполняли сотрудники. Это позволяет компаниям повысить эффективность и производительность, сократить издержки и увеличить прибыль [4].

Таблица 1.

Этапы развития искусственного интеллекта в мире

Дата	Исторический этап
1990 г.	Основные достижения во всех областях искусственного интеллекта, со значительными демонстрациями в машинном обучении, интеллектуальном обучении, рассуждениях на основе конкретных случаев, многоагентном планировании, рассуждениях с неопределенностью, интеллектуальном анализе данных, понимании естественного языка и переводе, видении, виртуальной реальности, играх и других темах.
1992 г.	К. Стокер и команда робототехники NASA Ames исследуют морскую флору и фауну Антарктиды с помощью подводного робота телеприсутствия ROV.
1999 г.	Sony представляет улучшенного домашнего робота, похожего на Ферби, AIBO становится одним из первых «домашних животных» с искусственным интеллектом.
2000 г.	Робот-кочевник исследует отдаленные районы Антарктиды в поисках образцов метеоритов.
2009 г.	Google создает автономный автомобиль.
2018 г.	Анонс Google Duplex, сервиса, позволяющего помощнику с искусственным интеллектом записываться на прием по телефону. Los Angeles Times оценивает голос ИИ как «почти безупречную» имитацию человеческой речи.
2022 г.	ChatGPT, чат-бот с искусственным интеллектом, разработанный OpenAI, дебютирует в ноябре 2022 г.
Дата	Исторический этап
2023 г.	7 марта 2023 года Nature Biomedical Engineering пишет, что «больше невозможно точно отличить» текст, написанный человеком, от текста, созданного большими языковыми моделями, и что «Почти несомненно, что большие языковые модели общего назначения будут быстро распространяться. Можно с уверенностью сказать, что со временем они изменят многие отрасли».
2024 г.	Google DeepMind представляет программное обеспечение для прогнозирования ДНК AlphaFold, которое помогает выявлять рак и генетические заболевания.

По своей сути АБП и ИИ имеют общую цель: оптимизировать и автоматизировать бизнес-процессы. АБП фокусируется на эффективности и согласованности процессов, а ИИ предназначен для раскрытия информации и обеспечения более эффективного принятия решений посредством анализа данных. Вместе они создают мощную комбинацию, способную дать беспрецедентные результаты [5].

Области применения ИИ:

1. Обработка данных и аналитика. Количество информации, созданной человечеством за последние три десятилетия, сопоставимо с объемом данных, накопленных за предыдущие три тысячи лет, и продолжает быстро увеличиваться. Эти огромные массивы данных (Big Data) невозможно эффективно использовать без применения технологий искусственного интеллекта. Избыточность данных – одна из самых распространенных проблем почти в каждой компании. Ее решение требует специальной рабочей силы для сортировки данных, что занимает много времени и подвержено человеческому фактору – ошибкам. ИИ помогает компаниям собирать, обрабатывать и анализировать огромные массивы данных. Алгоритмы

машинного обучения способны выявлять скрытые закономерности и тренды. Они могут выполнять множество сценариев для выявления оптимальных стратегий. Основываясь на рекомендациях, предложенных ИИ, команды могут принимать обоснованные решения, подкрепленные данными.

2. Автоматизация рутинных задач. Robotic Process Automation (RPA) – технология, использующая цифровых роботов для автоматизации рутинных бизнес-задач. Такие роботы могут обрабатывать электронную корреспонденцию, извлекать важную информацию, вносить данные в бухгалтерские документы и создавать платежные документы. АБП позволит компании освободить своих сотрудников для более творческой работы и сосредоточится на важных стратегических задачах бизнеса. Позволив сотрудникам использовать свои уникальные навыки и таланты, компании смогут повысить уровень удовлетворенности работой и мотивацию сотрудников.

3. Персонализация и маркетинг. Нейросети помогают компаниям создавать персонализированные маркетинговые кампании, анализируя поведение клиентов и предлагая индивидуальные рекомендации. Нейронные сети помогают компаниям выйти в социальные сети с наименьшими затратами на обучение или найм дополнительных сотрудников, без потери времени на создание цифрового контента для потенциальных заказчиков. С помощью ИИ можно создавать фото, видео, аудио и текстовый контент. Чаще всего маркетологи доверяют искусственному интеллекту работу с таргетированной рекламой (47 %) и позволяют персонализировать контент (42 %). Примерно четверо из десяти маркетологов рассказали, что благодаря использованию ИИ им удалось повысить доходы компании от email-маркетинга. 41,29 % маркетологов считают, что использование ИИ в интернет-маркетинге приносит больше дохода компании [6]. Кроме того, с учетом увеличивающейся активности киберпреступников, использование ИИ становится особенно важным для обнаружения аномалий в сетевом трафике, выявления случаев мошенничества и усиления кибербезопасности. Процесс подбора персонала играет ключевую роль в функционировании любого бизнеса. ИИ способен автоматизировать этот процесс, анализируя резюме кандидатов и вывести список лучших.

4. Поддержка клиентов. Создания виртуальных ассистентов на базе ИИ могут обрабатывать запросы клиентов, поддерживать разговор и даже имитировать эмоции в режиме реального разговора. Системы чат-ботов и виртуальных помощников, основанные на ИИ, способны обрабатывать запросы клиентов, предоставлять информацию и решать проблемы без участия человека. Это ускоряет время ответа, повышает доступность обслуживания и снижает затраты на поддержку клиентов. Благодаря внедрению CRM системы, компании легко могут выявлять слабые места в качестве обслуживания клиентов и вовремя начать обучать своих сотрудников или изменить БП.

5. Управление цепочками поставок. Искусственный интеллект помогает предсказывать спрос и оптимизировать маршруты водителей. Это позволяет компаниям более эффективно управлять своими ресурсами. Кроме того, ИИ способствует сокращению затрат благодаря оптимизации процессов и снижению необходимости в человеческом труде. Таким образом, искусственный интеллект становится важным элементом стратегий многих компаний, способствуя повышению их производительности. Например, компания Procter & Gamble использует алгоритмы машинного обучения для прогнозирования спроса на свою продукцию.

Согласование ИИ с БП в компании дает ряд преимуществ. Искусственный интеллект в управлении бизнес-процессами создает динамическую техническую среду для поддержки инициатив БП и автоматизирует ручные и сложные бизнес-процессы.

Статистические данные, которые наглядно показывают преимущества ИИ для бизнеса в мире:

- 64 % компаний уверены, что ИИ повышает их эффективность;
- 54 % пользователей уверены, что ИИ может улучшить качество текста, повысить его креативность и сделать процесс создания контента более эффективным;

- компании, которые используют ИИ для проектирования, разработки и производства продукции, экономят в 30 раз больше, чем те, кто не применяет;
- четверть компаний внедряют ИИ для решения проблемы нехватки квалифицированных специалистов, примерно 20 % организаций используют ИИ под давлением внешних факторов, таких как ожидания клиентов или конкуренция;
- компании, которые первыми внедрились ИИ в продажи, добились экономии средств на 40-60 %, сократили время, затрачиваемое на звонки, на 60-70 % и увеличили количество потенциальных клиентов и объемы продаж на 50 %;
- 54 % компаний, использующих ИИ, могут существенно сократить расходы и повысить эффективность своей работы;
- внедрение ИИ в производство позволяет компаниям опережать конкурентов, повышая свою эффективность на 12 % по сравнению с теми, кто не использует ИИ;
- 94 % руководителей убеждены, что ИИ это ключевой фактор успеха в бизнесе.

В России также существуют статистические данные о внедрении ИИ. В 2024 году компания Comindware, ведущий разработчик low-code платформы для управления бизнес-процессами, приступила к предварительному анализу данных, полученных в рамках второго всероссийского исследования готовности бизнеса к цифровой трансформации. Это исследование проводилось при поддержке ассоциаций Руссофт и ВРМ-профессионалов, а также компании Artezio (ГК Ланит) с целью получения актуальной и достоверной информации о текущем состоянии цифровизации в различных отраслях экономики России, а также для выявления ключевых трендов, проблемных зон и перспектив развития в этой области.

Согласно полученным данным, только 7,9 % российских компаний сегодня применяют искусственный интеллект (ИИ) для обработки данных, несмотря на значительные преимущества этой технологии.

Результаты опроса показали, что большинство компаний по-прежнему полагаются на традиционные методы обработки данных: 55,3 % используют системы управления базами данных (СУБД), 23,7 % – облачные технологии, а 13,2 % – системы бизнес-анализа (BI).

И. Простоквашин, ведущий аналитик и руководитель исследовательской группы Comindware отмечает, что «Низкий уровень внедрения ИИ в российском бизнесе – скорее закономерность, так как компании не всегда могут найти варианты, как встроить ИИ в свои реальные рабочие процессы. Чтобы преодолеть барьеры и ускорить адаптацию этой технологии, необходимы совместные усилия бизнеса, государства и экспертного сообщества. Важно повышать осведомленность о возможностях ИИ, инвестировать в обучение специалистов и создавать благоприятные условия для внедрения инноваций». Аналитики Comindware подчеркивают, что компании, которые не спешат осваивать эту технологию, рискуют отстать от конкурентов и упустить значительные преимущества [7].

Автоматизация бизнес-процессов с использованием ИИ имеет множество преимуществ, которые могут преобразовать повседневные процессы в «умные» автоматизированные БП. При соответствующих стратегиях ИИ, предприятия могут добиться лучших результатов.

Однако, сам ИИ без взаимодействия с человеком не сделает в один момент бизнес прибыльным. Сначала необходимо поставить цель, дать ИИ задачу, обучить его и только потом использовать на полную мощь. Цель задаёт предприниматель, он сценарист, а искусственный интеллект – режиссёр. И если сценарий будет безупречным, шанс на успех режиссуры увеличивается [8].

Внедрение ИИ в бизнес-процессы открывает перед компаниями новые горизонты возможностей, однако этот путь не лишен вызовов и ограничений. С одной стороны, ИИ способен значительно повысить эффективность и продуктивность, автоматизируя рутинные задачи и предоставляя ценные аналитические данные. Но с другой стороны, этот процесс требует значительных инвестиций, как финансовых, так и временных, а также готовности к изменениям и адаптации со стороны сотрудников.

Преодоление этих вызовов требует комплексного подхода, включающего стратегическое планирование, инвестирование в обучение персонала, разработку четких этических принципов работы с ИИ [9].

Внедрение искусственного интеллекта и автоматизация бизнес-процессов представляют собой мощные инструменты для повышения эффективности, производительности и прибыльности компаний. Синергия ИИ и АБП позволяет оптимизировать процессы, улучшить принятие решений и освободить сотрудников для выполнения более творческих задач. ИИ также играет ключевую роль в персонализации маркетинга и усилении кибербезопасности, что делает его неотъемлемой частью современного бизнеса. Однако важно помнить о необходимости адаптации сотрудников к новым технологиям и обеспечении их обучения и поддержки, чтобы максимально использовать потенциал ИИ и автоматизации. Только через такой сбалансированный подход компании смогут полностью раскрыть потенциал ИИ для трансформации своих бизнес-процессов, сохраняя при этом доверие клиентов и соответствие высоким этическим стандартам.

Искусственный интеллект – это не просто очередной шаг в технологической революции. Это мощный катализатор перемен, способный кардинально изменить не только наши бизнес-процессы, но и саму суть нашей жизни, работы и взаимодействия

Список литературы

1. КиберПедия, информационный ресурс. URL: <https://cyberpedia.su/17x5d15.html> (дата обращения: 13.08.2024).
2. Арзамасов, Ю. Г. Комплексный подход к определению искусственного интеллекта // Вестник ВГУ. Серия: Право. 2022. № 3 (50). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompleksnyy-podhod-k-opredeleniyu-iskusstvennogo-intellekta> (дата обращения: 13.08.2024)
3. Яндекс Дзен, свободный новостной портал. URL: https://dzen.ru/a/Y_VQc1sr6iK3KhE9 (дата обращения 13.08.2024).
4. WSS & Technologies. URL: https://www.websoftshop.ru/information/articles/automation/bpms_and_ai/ (дата обращения 13.08.2024).
5. Statista, портал статистических открытых данных. URL: <https://www.statista.com/statistics/1304112/activities-marketers-trust-artificial-intelligence-to-do-world/> (дата обращения 13.08.2024).
6. Content Review, Информационно-аналитическое агентство, онлайн журнал. URL: <https://www.content-review.com/articles/64877/> (дата обращения 13.08.2024).
7. СБЕРКОРУС, онлайн журнал. URL: <https://www.esphere.ru/blog/iskusstvennyj-intellekt-v-dejstvii/> (дата обращения 13.08.2024).
8. Бизнес-секреты, онлайн журнал. URL: https://secrets.tinkoff.ru/blogi-kompanij/ai-dlya-biznesa/?internal_source=copypaste (дата обращения 13.08.2024).

УДК 338.2

Рыжонкова Лилия Зейдулловна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Менеджмент»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ В СФЕРЕ СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *автоматизация, предприятие, сервис, бизнес-процесс, управление.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассмотрено возможное направление совершенствования бизнес-процессов за счет их автоматизации. Предлагается программного средство для решения этой задачи. Описываются преимущества от возможного внедрения предлагаемой программы.*

Ryzhonkova Lilia Zeidullova,

2st year student of the master's degree, the field of study «Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate
Professor, Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

AUTOMATION OF BUSINESS PROCESSES IN THE SERVICE SECTOR

KEYWORDS: *automation, enterprise, service, business process, management.*

ANNOTATION. *The article considers a possible direction for improving business processes through their automation. A software tool is suggested to solve this problem. The advantages of the possible implementation of the proposed program are described*

Автоматизация сегодня затрагивает многие сферы жизни. Бизнес сервис не является исключением. За последнее десятилетие появилось множество систем, помогающих управлять бизнес-процессами. Это повысило эффективность работы и способствовало быстрому развитию организаций.

С быстрым развитием экономики процессный подход к организации работы начинает активно использоваться в бизнесе. Однако не все менеджеры среднего звена имеют четкое представление о том, что такое управление бизнес-процессами и как этот подход может принести пользу их компании. BPM – это процессный подход к достижению целей и бизнес-стратегий компании, как автоматизированных, так и не автоматизированных процессов. Это систематический подход, направленный на выявление, разработку, выполнение, документирование, измерение, мониторинг и контроль обоих процессов. BPM характеризуется всесторонним определением процессов и сквозной инновацией, и

поддержкой процессов. Это позволяет компаниям быстро достигать своих целей и результатов.

Проще говоря, управление бизнес-процессами – это действия, направленные на оптимизацию, ускорение и повышение точности бизнес-процессов. Управление бизнес-процессами может быть автоматизированным или неавтоматизированным.

Моделирование, исполнение, управление и совершенствование бизнес-процессов – вот основные этапы управления бизнес-процессами (рис. 1).



Рис. 1. Основные этапы управления бизнес-процессами

Автоматизация процесса моделирования бизнес-процессов предприятия позволяет значительно ускорить и упростить процесс создания моделей, а также повысить их точность и качество. Это достигается за счет использования специализированных программных средств, которые позволяют автоматически генерировать модели на основе предоставленных данных и параметров.

Автоматизация процесса моделирования бизнес-процессов предприятия позволяет значительно ускорить и упростить процесс создания моделей, а также повысить их точность и качество. Это достигается за счет использования специализированных программных средств, которые позволяют автоматически генерировать модели на основе предоставленных данных и параметров.

Автоматизация процесса моделирования бизнес-процессов также позволяет сократить затраты на ручной труд и уменьшить вероятность ошибок, связанных с человеческим фактором. Кроме того, автоматизация позволяет более точно контролировать и управлять бизнес-процессами, так как все действия и изменения фиксируются в системе.

В результате автоматизации процесса моделирования бизнес-процессов предприятия можно получить более точные и полные модели бизнес-процессов, что в свою очередь может привести к улучшению их эффективности и качества.

Платформа от Comindware прекрасно подходит для упрощения и углубления автоматизации бизнес-процессов в рамках систем электронного документооборота. Утверждение и подписание договора – наиболее типичный процесс в рамках документооборота любой компании. С помощью пользовательского инструмента от Comindware, входящего в функционал платформы и доступного из любого веб-браузера, появляется возможность без лишних сложностей собрать такой процесс в соответствии с BPMN.

В качестве BPM-системы платформа с моей точки зрения – вполне удобна для пользователей. При этом программный продукт относится к системам типа «Low-Code», т.е. в

принципе не требует участия в настройке программного продукта программиста. Он может потребоваться в отдельных случаях – для запуска внешнего скрипта (возможность реализована на C#), т.е. реализации каких-то особенных возможностей, не предусмотренных Comindware, а также для интеграции с другими системами. Во всех остальных случаях даже человек, далекий от программирования, при желании сможет все настроить и запустить работу самостоятельно.

Руководитель или сотрудник по поручению руководителя заполняет списки сотрудников, их должности и права доступа. Аналитик рисует процессы и формы, описывая как это все должно работать. Выполняется все это в виде графических нотаций, наглядно и удобно.

После этого систему сразу можно запускать и начинать в ней активно работать. Программист подключается в случае необходимости (например, для промышленного или другого крупного предприятия, для интеграции с другими системами). Но при этом аналитик и программист могут работать совместно в одной общей среде и системе, избегая многих разночтений и проблем со взаимопониманием. При необходимости внедрения интеграции в программной среде Comindware реализована возможность обмена данными через API, при этом сторонние программы могут получить доступ к спискам сотрудников, клиентов, процессов, т.е. к пользовательским базам данных в формате JSON, т.е. применяется распространенный стандарт решений API, что удобно для быстрой интеграции. Внешний вид и навигацию для пользователей настраивает администратор системы также без помощи программиста. Скорость работы системы – вполне удовлетворительная.

В зависимости от размеров и потребностей компании можно применять SAAS-решения, т.е. пользоваться системой на сервере разработчиков, оплачивая абонентскую плату за каждого пользователя, а можно купить продукт «в коробке» и установить на собственных серверах.

Comindware Business Application Platform – это продукт для автоматизации управления бизнес-процессами нового поколения. Интерфейс приведен на рис. 2.

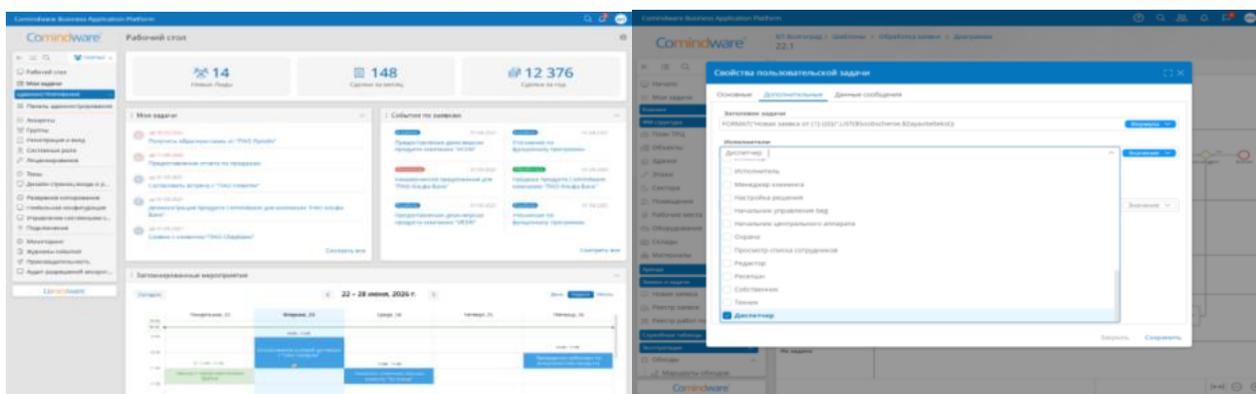


Рис. 2. Фрагменты интерфейса Comindware Business Application Platform

Благодаря уникальным разработкам компании Comindware®, платформа достигла качественно нового уровня удобства использования, надежности, эффективности и функциональности.

Бизнес-процессы, построенные в Comindware Business Application Platform, легко и просто масштабируются без каких-либо ограничений. Являясь универсальным инструментом, Comindware Business Application Platform обеспечивает автоматизацию, управление и оптимизацию бизнес-процессов любого уровня сложности и взаимосвязанности.

Comindware Business Application Platform подходит для контроля за выполнением задач (их можно сортировать и фильтровать по приоритетам, статусам, датам создания, срокам выполнения и другим параметрам и таким образом получить автоматически составленный план дня, недели, месяца, как в планировщике); гибким назначением исполнителей

(выполнение можно назначать на настраиваемые роли для более быстрого и гибкого решения вопросов не конкретным сотрудником, а любым специалистом с соответствующей ролью, что особенно удобно при сменных графиках); регламентацией работ (построенная в системе модель бизнес-процесса делает его наглядным и структурированным, поэтому все участники процесса имеют единое представление об этапах выполнения работ; процессы перестают быть «завязанными» на конкретных сотрудниках, ответственность между работниками и целыми подразделениями четко разграничивается, результаты становятся прогнозируемыми; платформа позволяет гибко настраивать сценарии даже для «нештатных» случаев; выгрузить регламент также можно по шаблону на основании построенной схемы); контроль качества (KPI, SLA) (недельные отчёты, квартальные отчёты и другие отчёты различных уровней – в платформе доступна настройка любой глубинной аналитики, которую можно вывести на рабочий стол в виде диаграмм и таблиц); диаграмма Ганта (можно настроить отображение целевых и фактических показателей, настроить цветовую индикацию в зависимости от задач, управлять отображением графиков, включая и отключая отображение ожидаемых работ по чекбоксу, задавать временные интервалы, устанавливать зависимость работ друг от друга и другое; встроенные чаты и др.

Таким образом Comindware Business Application Platform поможет решить задачу цифрового управления бизнес-процессами от ее формализации до введения и поддержки.

Список литературы

1. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 383 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-00436-6. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/510590> (дата обращения: 16.01.2024).

УДК 338.2

Юшин Алексей Александрович,

SPIN-код: 7332-4158

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Менеджмент»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент

кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯМИ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО СЕРВИСА (НА ПРИМЕРЕ МЕТАЛЛООБРАБАТЫВАЮЩИХ ПРЕДПРИЯТИЙ)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *предприятие, производственный сервис, управление, совершенствование, процесс*

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается совершенствование управления предприятиями в сфере производственного сервиса. Предлагаются возможные направления для решения данной задачи. Описываются преимущества от внедрения предложений.

Yushin Alexey Alexandrovich,

SPIN code: 7332-4158

2st year student of the master's degree, the field of study «Management»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

IMPROVING THE MANAGEMENT OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF PRODUCTION SERVICES (USING THE EXAMPLE OF METALWORKING ENTERPRISES)

KEYWORDS: *enterprise, production service, management, improvement, process.*

ANNOTATION. The article discusses the improvement of enterprise management in the field of production services. Possible directions for solving this problem are suggested. The advantages of implementing the proposals are described.

Развитие современных металлообрабатывающих предприятий, их основных средств производства продукции все больше и больше вовлекает в работу цифровые системы. В настоящий момент практически каждый изготовитель оборудования внедряет такие компоненты 4-й промышленной революции (Industry4.0) как интернет вещей (IoT), умный завод (Smart Factory) [1], компьютерные тренажеры с применением виртуальной реальности (VR) [2, 3], системы непрерывного мониторинга различных технологических процессов [4, 5] и т.д.

Машиностроительные и металлообрабатывающие предприятия в настоящий момент не могут выпускать конкурентную продукцию без современного сварочного производства, оснащенного цифровым промышленным оборудованием.

Сегодняшний уровень развития сварочного оборудования, современных систем мониторинга процесса позволяет сформировать полностью цифровое сварочное производство, состоящее из следующих основных компонентов:

- промышленные роботы (коботы);
- сварочное оборудование;
- система мониторинга.

Таким образом, изготовление отдельных сварных металлоконструкций возможно практически без участия человека. Требуется только создать программу для исполнения ее на автоматическом сварочном poste (роботизированной ячейке). Все компоненты цифрового сварочного производства могут быть интегрированы в комплексные системы управления и моделирования бизнес-процессами [6, 7].

Моделирование бизнес-процессов позволяет графически сформировать полное представление о процессе для его детального анализа с последующим улучшением. Специализированное программное обеспечение позволяет выполнять моделирование в автоматическом режиме, выполнять с процессом различные операции, а также выполнять

оптимизацию процесса с применением специализированных инструментов по различным критериям.

Для примера внедрения системы управления и моделирования бизнес-процессами будет рассмотрен следующий технологический процесс (бизнес-процесс) – «Изготовление сварной металлоконструкции с применением коботов».

Краткое описание процесса:

- направление заказа на изготовление продукции в конструкторский отдел;
- разработка конструкторской документации на изделие;
- разработка проекта компьютерной программы для изготовления продукции с применением коботов;
- передача конструкторской документации и проекта компьютерной программы в цех изготовления металлоконструкций;
- изготовление составных частей изделия на металлорежущем оборудовании;
- отладка и апробация компьютерной программы;
- запуск производства продукции.

Моделирование бизнес-процесса осуществлялось в ПО ELMA. ПО данной фирмы доступно в бесплатной версии (ELMA Community Edition) с возможностью последующего расширения функциональных возможностей за счет приобретения ПО версий Standard и Enterprise [8]. ELMA Community Edition – бесплатная система, позволяет моделировать бизнес-процессы, автоматизировать их исполнение, отслеживать работу по каждому процессу в режиме реального времени и оперативно улучшать деятельность компании.

ELMA BPM (business process management) обеспечивает простоту моделирования и быстроту внесения изменений в процессы, помогает отслеживать, как эти изменения отражаются на бизнесе. Система помогает в поиске узких мест, что позволяет серьезно оптимизировать бизнес-процессы компании. Технология организации бизнес-процессов в ELMA выполняется согласно циклу – от создания модели рабочего процесса к ее улучшению. Система контролирует, чтобы бизнес-логика, заложенная при построении моделей, соблюдалась в реальной деятельности предприятия. И позволяет быстро корректировать процессы, основываясь на данные об их эффективности и новые потребности компании. BPM-система ELMA делает любой процесс компании прозрачным, позволяя охватить его единым взглядом и контролировать работу целостно от самой первой до последней операции. Это дает возможность бизнесу объективно анализировать работу и определять суть выполнения бизнес-процесса, а также находить проблемные участки и принимать правильные решения по их оптимизации.

Система для управления бизнес-процессами позволяет:

- Организовать и обеспечить исполнение бизнес-процессов.
- Интегрировать BPMS с другими ИТ-системами компании, избавившись от лоскутной автоматизации.
- Контролировать работу по процессам не только в рамках бизнес-функций, но и комплексно от старта и до завершения.
- Гибко улучшать бизнес-процессы, видеть эффективность изменений.

Основные возможности ПО ELMA Community Edition приведены ниже.

Моделирование. Процессы моделируются аналитиками в визуальном редакторе на основе требований бизнеса. Быстро, наглядно и без необходимости привлечения программистов. Чтобы упростить описание бизнес-процессов в компании, в комплект системы ELMA входит дизайнер процессов. Это простой визуальный редактор. Он позволяет создавать наглядные схемы работы с помощью условных обозначений нотации BPMN 2.0. Нотация привычна и понятна аналитикам, людям бизнеса (рис. 1).

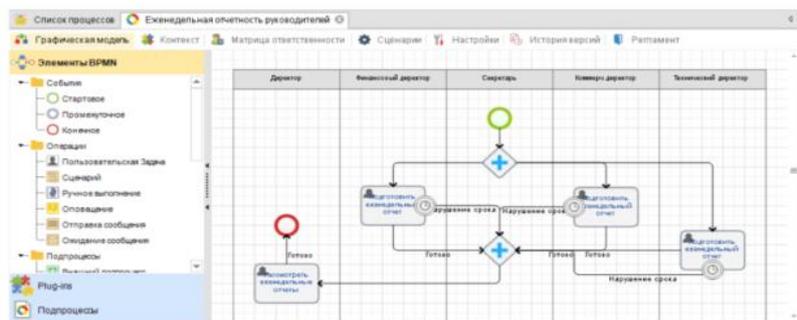


Рис. 1. Графическая модель бизнес-процесса

Функционал:

- моделирование бизнес-процессов в простой интуитивно понятной графической среде без программирования;
- описание процесса в нотации BPMN 2.0 (шаги и исполнители);
- гибкая настройка контекста (данных и документов) процесса;
- настройка матрицы ответственности – быстрое определение ролей участников бизнес-процесса;
- использование предстартовых пользовательских форм;
- настраиваемые интерфейсы задач (разметка .Net Razor);
- прикрепление пользовательских инструкций к задачам процессов;
- настройка механизмов эскалации в бизнес-процессах;
- встроенные инструменты проверки корректности модели процесса;
- возможность использования сценариев на языке C#;
- встроенные инструменты проверки сценариев на наличие ошибок;
- настройка уведомлений об ошибках в ходе выполнения сценариев;
- импорт процессов из файлов формата XPDЛ;
- функция копирования бизнес-процессов;
- гибкая настройка организационной структуры компании;
- поддержка версионности организационной структуры компании.

Исполнение. Процесс становится исполняемым сразу после завершения моделирования. BPM-система отправляет исполнителям задачи и данные, с которыми работают сотрудники в рамках бизнес-процесса. BPM-система обеспечивает выполнение бизнес-процессов – делает созданные в редакторе модели исполнимыми. ELMA сама ставит задачи участникам процессов и отправляет им нужные в работе сведения. При необходимости обменивается данными с другими ИТ-системами компании.

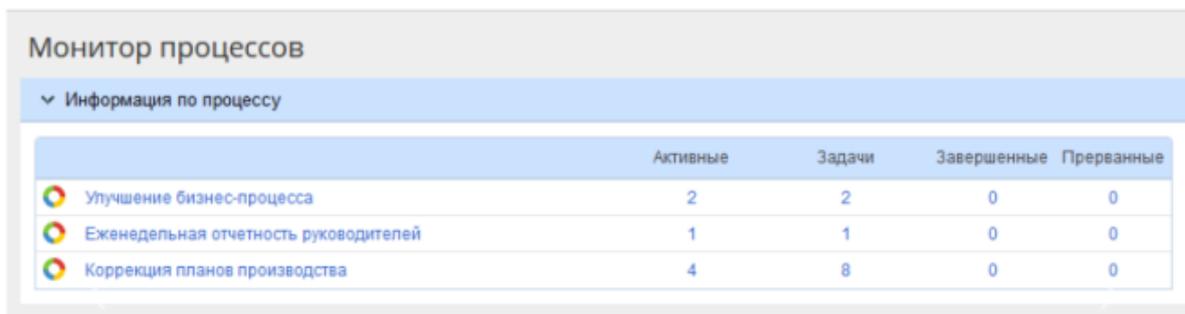
Рис. 2. Пример исполнения процесса

Функционал:

- автоматическая постановка задач сотрудникам;

- внутренняя переписка между участниками процесса;
- возможность запуска и работы с процессами из сторонних систем при помощи HTTP-запросов;
- запуск бизнес-процесса с уже внесенными входными данными;
- настройка разграничения доступа к запуску бизнес-процессов.

Контроль. Система отслеживает работу сотрудников в режиме реального времени и контролирует ключевые показатели эффективности работы всей компании. Руководители получают возможность отслеживать текущие стадии и этапы процессов, контролируя работу в режиме реального времени. Система информирует об отклонениях от плановых характеристик и создает готовые отчеты по исполнительской дисциплине.



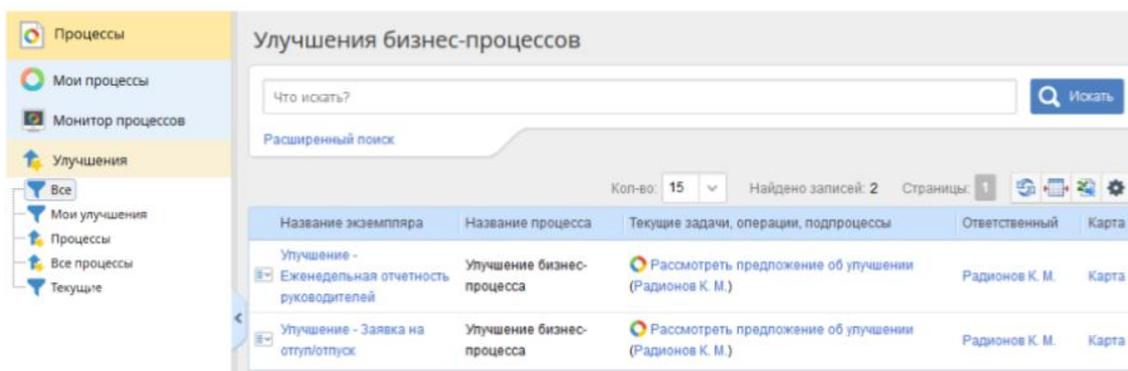
	Активные	Задачи	Завершенные	Прерванные
Улучшение бизнес-процесса	2	2	0	0
Еженедельная отчетность руководителей	1	1	0	0
Коррекция планов производства	4	8	0	0

Рис. 3. Мониторинг процессов

Функционал:

- монитор процесса, работающий в режиме реального времени;
- мониторинг бизнес-процессов в режиме супервизора;
- портлет для мониторинга хода выполнения процессов;
- гибкая система поиска процессов;
- фильтры для удобного поиска процессов по условию;
- настройка оповещений пользователей о состоянии бизнес-процесса.

Улучшение. На основе данных и метрик, а также обратной связи от пользователей и менеджмента, в бизнес-процессы прямо в ходе работы вносятся корректировки. С каждой следующей итерацией процесс становится эффективнее. По итогам исполнения процессов и получения обратной связи от сотрудников компания может в любое время корректировать процессы. Суть bpm – поддерживать стабильную работу и непрерывное развитие компании. С ELMA бизнес остается гибким и оперативно реагирует на все внутренние и внешние изменения.



Название экземпляра	Название процесса	Текущие задачи, операции, подпроцессы	Ответственный	Карта
Еженедельная отчетность руководителей	Улучшение бизнес-процесса	Рассмотреть предложение об улучшении (Радионых К. М.)	Радионых К. М.	Карта
Улучшение - Заявка на отгул/отпуск	Улучшение бизнес-процесса	Рассмотреть предложение об улучшении (Радионых К. М.)	Радионых К. М.	Карта

Рис. 4. Улучшения бизнес-процесса

Функционал:

– встроенный механизм сбора и обработки предложений по улучшению бизнес-процессов;

– быстрое изменение процессов без программирования;

– поддержка версионности процессов.

Дополнительный функционал:

– автоматическое создание документации по процессу;

– фильтры для удобного поиска процессов по условию;

– автоматическое создание регламента процесса на бумаге;

– быстрая выгрузка изображений графических моделей процессов и их фрагментов;

– возможность использования SOA Connector и веб-сервисов для взаимодействия с внешними приложениями;

– организация межпроцессного взаимодействия;

– создание единой информационной среды;

– мультязычный интерфейс с возможностью выбора языка для каждого пользователя;

– настраиваемые ролевые модели, определяющие права доступа и вид рабочего места для типа пользователей;

– встроенный WY SIWYG HTML-редактор для создания веб-страниц внутри системы;

– CRM (Возможности, Сделки, План поступлений);

– исполнительская дисциплина (Задачи, Задачи от меня);

– информирование и общение сотрудников;

– настраиваемые инфоканалы для групп сотрудников;

– настройка режима занятости для ограничения количества поступающих оповещений;

– настройка рабочего календаря (Интеграция календарей с MS Outlook, Google и iCalendar (iOS));

– контроль уровня загруженности и исполнительской дисциплины подчиненных в едином интерфейсе;

– функции документооборота и др.

На рисунке 5 приведен принт-скрин рабочего экрана программы с разработанным бизнес-процессом «Изготовление сварной металлоконструкции с применением роботов» (карта бизнес-процесса).

В сочетании с современными аппаратными и программными средствами мониторинга сварки возможно получение полной информации о таких важных показателях как затраты электроэнергии на погонный метр стыка, расход сварочных материалов, производительность бригады или отдельных сварщиков и т.д., а также информацию о работе всех компонентов цифрового сварочного производства.

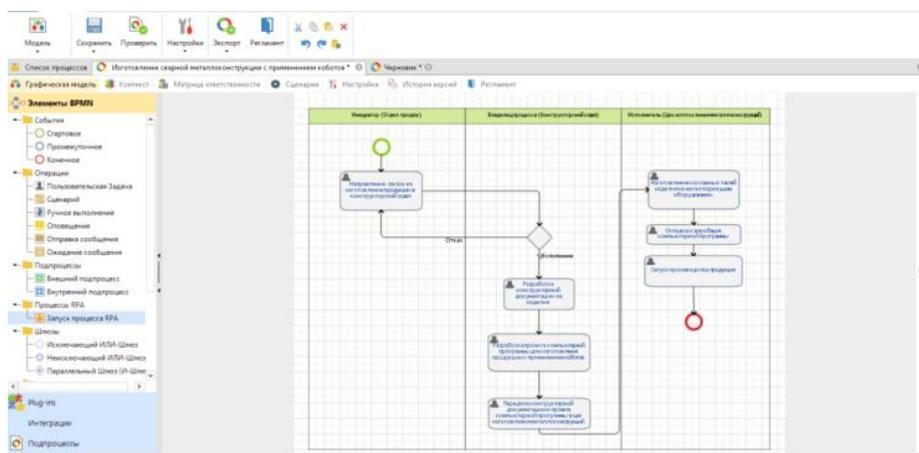


Рис. 5. Карта бизнес-процесса «Изготовление сварной металлоконструкции с применением роботов»

Возможность работы с данной информацией в составе комплексной цифровой системы позволит максимально быстро выполнять оптимизацию сварочного производства (отдельных сварочных технологических процессов) по критерию минимизации затрат ресурсов на изготовление стыка.

Средства моделирования бизнес-процессов позволяют увидеть всю картину работы производственного предприятия целиком и помогут управлять организацией эффективнее, быстрее достигать поставленных целей – например, увеличение прибыли, занять большую долю рынка, повысить производительность выпуска продукции на существующем оборудовании и т.д.

В дальнейшем будут продолжены работы по формированию более детального бизнес-процесса изготовления сварных металлоконструкций, а также проведены оптимизационные процедуры для конкретного машиностроительного предприятия.

Таким образом применение программных средств моделирования бизнес-процессов позволит оценить эффективность работы сварочного производства отдельно взятого предприятия, а также создать систему управления всеми компонентами цифрового сварочного производства.

Выводы. Применение программных средств моделирования бизнес-процессов позволит оценить эффективность работы сварочного производства отдельно взятого предприятия, а также создать систему управления всеми компонентами цифрового сварочного производства. Формирование бизнес-процесса в специализированном ПО в виде наглядного изображения производственного цикла изготовления сварной металлоконструкции позволяет комплексно рассмотреть влияние входящих элементов и выполнять оптимизацию сварочного производства по критерию минимизации затрат ресурсов на изготовление стыка.

Список литературы

1. *Фомина, А.В.* Индустрия 4.0. Основные понятия, преимущества и проблемы / *А.В. Фомина, К.Ю. Мухин* // Экономический вектор. – 2018. – №3 (14). – С. 33-38.
2. Welducation Simulator. – URL: <https://www.fronius.com/en/welding-technology/innovative-solutions/weducation-simulator> (дата обращения: 30.08.2024).
3. VRTEX Virtual Welding Simulators. – URL: <https://www.lincolnelectric.com/en-CA/Education/Training-Programs/Education-Products/Welding-Training-Systems/Virtual-Trainers> (дата обращения: 30.08.2024).
4. Система WELDTecom. – URL: <https://alloynn.com/weldtecom> (дата обращения: 30.08.2024).
5. Регистратор параметров сварочных процессов РСР-102Д. – URL: https://npfets.ru/catalog/ets/prochee/registratoru/registrator_parametrov_svarochnuh_processov_rsp_102d (дата обращения: 30.08.2024).
6. Сравнительный анализ отечественных программных продуктов для бизнес-моделирования. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sravnitelnyy-analiz-otechestvennyh-programmnyh-produktov-dlya-biznes-modelirovaniya/viewer> (дата обращения: 30.08.2024).
7. *Кулинич, Ф.А.* Влияние цифровых технологий на процесс аттестации сварочного производства: изменения в процедуре проведения аттестации сварщиков // Международный научный журнал «Вестник науки». – № 6 (63). – Т.1. – С. 156-161.
8. Системы управления бизнес-процессами ELMA. – URL: <https://www.elma-bpm.ru> (дата обращения: 30.08.2024).

УДК 338.481.32

Столяренко Кузьма Алексеевич,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Туризм»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Рындач Марина Алексеевна,

SPIN-код: 3535-5987

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В КОНТЕКСТЕ АНТИКРИЗИСНЫХ МЕР ПОДДЕРЖКИ СФЕРЫ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА РЕСПУБЛИКИ КРЫМ В УСЛОВИЯХ НЕОПРЕДЕЛЁННОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *антикризисное управление, информационные технологии, туризм, конкурентоспособность туристской дестинации, санкции, развитие, неопределённость.*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассмотрено текущее положение, сложившееся в сфере туризма. Также, были проанализированы предпринимаемые на федеральном и региональном уровнях, шаги, способствующие преодолению кризисных явлений, влияющих на туризм полуострова, в том числе в сфере информационных технологий. Определены проблемы, характерные для сферы туризма Крыма в сфере информационных технологий. Определены перспективы развития, а также возможные меры по смягчению последствий влияния санкций на сферу туризма Республики Крым.*

Stolyarenko Kuzma Alekseevich,

2st year student of the master's degree, the field of study «Tourism»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Ryndach Marina Alekseevna,

SPIN code: 3535-5987

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate

Professor, Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

FORMATION TECHNOLOGIES IN THE CONTEXT OF ANTI-CRISIS MEASURES TO SUPPORT THE TOURISM AND HOSPITALITY SECTOR OF THE REPUBLIC OF CRIMEA IN CONDITIONS OF UNCERTAINTY

KEYWORDS: *anti-crisis management, information technology, tourism, competitiveness of a tourist destination, sanctions, measures, development, uncertainty.*

ANNOTATION. *This article examines the current situation in the tourism sector of the Republic of Crimea. Also, steps taken at the federal and regional levels to help overcome crisis phenomena affecting tourism on the peninsula were analyzed. The problems characteristic of the Crimean tourism sector at the present time are identified. Development prospects have been identified, as well as possible measures to mitigate the impact of sanctions on the tourism sector of the Republic of Crimea.*

Крым уже долгое время является предметом научного и практического интереса ввиду расположения на столь скромной, по современным меркам, территории, уникального сочетания природных и климатических ресурсов, составляющих богатый рекреационный потенциал полуострова. В силу своего географического положения и уникальных природных условий, Крым с античных времён являлся перекрёстком морских транзитных путей [9].

Проблемы Крыма также уникальны, как и его достоинства. Сфера туризма является одной из важнейших отраслей в экономике региона. Условия неопределённости – это невозможность количественно оценить вероятность наступления событий. Она может возникнуть из-за недостоверности или вообще отсутствия необходимой информации о событии. Или в условиях быстрого принятия решения в изменяющихся условиях.

Неопределённость, вызванная международными санкциями, связанными с получением Республикой Крым нового правового статуса, спровоцировала возникновение кризисных явлений в индустрии гостеприимства. В результате нарастающей политической напряжённости обеспечивать устойчивое развитие туризма в регионе становится всё сложнее. Урон, который был нанесён в сфере туризма региона, был комплексным: были затронуты такие ключевые для туризма аспекты, как логистика, что оказало влияние на безопасность и свободу передвижения, нанеся тем самым репутационный ущерб туристской дестинации Республики Крым.

Цель исследования – определение возможных мер по смягчению последствий влияния негативных факторов и угроз на сферу туризма Республики Крым.

Результаты исследований. Вопросами, связанными с различными аспектами антикризисного управления, занимались такие отечественные учёные, как В.Г. Никитенко, Т.К. Мирошникова, Т.П. Розанова, Н. Мыцких, и др. Тем не менее, уникальная специфика сферы туризма Крыма в данном вопросе, на сегодняшний день не является должным образом изученной исследователями.

Отечественная научная мысль по-разному трактует понятие антикризисного управления. Одним из общепринятых на сегодняшний день является определение, в котором антикризисное управление трактуется, как система оперативных мер по реформированию всех систем управления с учётом возможных финансовых и иных рисков.

В научной литературе стран запада в употреблении находится определение «кризисный менеджмент». Так, антикризисное управление – это программа действий, которые должны быть предприняты немедленно при наступлении негативной ситуации [6].

Согласно информации, размещённой на официальном сайте Государственного Совета Республики Крым, ведомство продолжает свою работу по поддержке туристской отрасли региона. На поддержку сферы туризма была направлена сумма в 2 млрд. руб. Профинансированы в размере 4 МРОТ сотрудники тех компаний сферы туризма, которые сохраняют среднесписочную численность своих коллективов. На данный вид выплат могут рассчитывать примерно 30 тыс. человек. Данный вид поддержки является примером инвестиций в сохранение туристического потенциала полуострова, как, впрочем, и занятости в сфере туризма.

Использование цифровых технологий в любом бизнесе, включая туризм и гостиничную сферу, формирует конечный результат, позволяющий получить новые свойства, новые возможности, достижение и создание которых без цифровизации было бы невозможно.

К сфере использования цифровых решений, несомненно, относится и процессы поиска, найма и адаптации персонала. Уже сегодня разработаны и применяются такие решения, как аналитика данных, алгоритмы машинного обучения и искусственный интеллект. Перечисленные инструменты, позволяющие эффективно производить поиск персонала, анализировать их профессиональные навыки и опыт, внедрены уже в сфере банковского дела, медицины, производства, торговли и других отраслях.

Ведётся работа в рамках совершенствования применения информационных технологий в сфере туризма и гостеприимства, а также модернизации курортной инфраструктуры

полуострова. Только за последний год было открыто 8 новых гостиниц. Вместе с этим проведена модернизация 89 организаций санаторно-курортного и гостиничного типов.

Республике Крым государственное финансирование в рамках программы (Национальный проект) «Туризм и индустрия гостеприимства». Крыму оказана беспрецедентная поддержка в виде грантов на развитие предпринимательских инициатив на сумму 567 млн руб., а бизнесом дополнительно инвестировано в проекты порядка 467 млн руб. Благодаря предпринимаемым мерам на стадии осуществления в данный момент находятся более 60 новых туристических проектов, а также было:

- построено 11 новых модульных отелей,
- обеспечено благоустройство 23 пляжных территорий,
- реализовано 12 проектов для круглогодичной работы теплых плавательных бассейнов,
- 23 проекта получили поддержку на приобретение туристского оборудования, развитие доступной туристской среды, создание электронных путеводителей [5].

Согласно федеральному закону от 26.03.2022 № 67-ФЗ, и в рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» для инвесторов, которые строят, предоставляют в аренду и управление туристические объекты – гостиницы и иные средства размещения, – вводится нулевая ставка НДС.

Льготный период для нулевой ставки НДС определен на срок пять лет, поскольку, по экспертным оценкам, именно в течение первых пяти лет работы гостиничный бизнес может выйти на операционную безубыточность [3].

Однако, следует отметить, что данные меры действуют по большей части точно, и не могут обеспечить благоприятный климат для развития всего туристского бизнеса Республики Крым в целом, и не способны решить проблему так называемой тенизации малом бизнесе, как наиболее уязвимом с экономической точки зрения.

Учитывая проблемы, обозначенные выше, особого внимания заслуживает тот факт, что в России в данный момент действует одна из самых высоких в мире ставок НДС для туризма и индустрии гостеприимства – она составляет 20% [3].

Для обеспечения устойчивого развития туристского сектора является внедрение информационных технологий в различные сферы на постоянной основе, ведь одним из важнейших условий успешного развития сферы туризма была, и по-прежнему остаётся её конкурентоспособность, которая в современных условиях сильно зависит от цифровизации отрасли.

Конкурентоспособность туристской дестинации представляет собой комплексный показатель, относящийся к фиксированному временному интервалу и определенному сегменту туристского рынка, и характеризующий способность туристской дестинации привлекать туристов посредством использования синергетического эффекта, полученного от создания, использования и удержания своих конкурентных преимуществ [8]. На современном этапе следует прибавить к этому определению – использование информационных технологий в туризме, что повышает быстроту анализа проблем, увеличивает скорость принимаемых решений и создает мультивариантность решений. Этот аспект становится одним из важнейших в сфере туризма и гостеприимства в современных условиях ведения бизнеса.

В связи с уникальностью проблем, существующих в сфере туризма Республики Крым, как, впрочем, и самого полуострова с его разнообразными природными ландшафтами и особыми климатическими условиями, а также особенностями логистики, выявлена необходимость в разработке индивидуального комплекса мер по повышению конкурентоспособности туристской дестинации полуострова, руководствуясь при этом методами и приемами использования искусственного интеллекта в сфере туризма и гостиничного бизнеса.

Индустрия туризма каждую секунду генерирует огромное количество данных через своих пользователей. Туристские операторы и агентства могут использовать такие данные, чтобы понимать клиентов и предлагать им улучшенный и персонализированный опыт.

С помощью искусственного интеллекта эти огромные данные можно легче классифицировать в организованную структуру, что может быть довольно сложной задачей, если делать это вручную.

Например, отель может использовать свою платформу искусственного интеллекта Metis для анализа своих клиентов с помощью опросов, отзывов и онлайн-опросов, чтобы улучшить их гостеприимство и услуги. Основываясь на этих данных, менеджмент отеля находит решения, позволяющие предложить своим клиентам лучший вариант решения.

ATS – продукт, который позволяет автоматизировать подбор персонала и создавать автоматически базу данных по кандидатам в сфере туризма и гостиничного бизнеса. Удобства данного цифрового решения заключаются в том, что при установке системы на предприятии гостиничного бизнеса, локальные менеджеры по подбору персонала смогут значительно упростить и ускорить процессы, связанные с набором персонала в отрасли.

Комплекс антикризисных мер, который активно использует информационные технологии и искусственный интеллект, будет отвечать повышенному уровню вызовов, рисков и угроз сфере туризма, как экономического, социального, техногенного, природного, политического, и иного характера.

Выводы. Нынешние условия, в которых существует сфера туризма и гостеприимства в Республике Крым, можно охарактеризовать как не способствующие устойчивому развитию данной отрасли в регионе. В связи с этим необходимо в рамках антикризисных мер:

- снизить на постоянной основе (длительно) налоговую нагрузку с предприятий сферы туризма Крыма;
- разработать комплекс мер по повышению конкурентоспособности туристской дестинации Республики Крым с использованием информационных технологий.

Предпринятые меры позволят высвободить имеющиеся у предприятий сферы туризма Крыма ресурсы, необходимые для оптимизации бизнес-процессов, внедрения инноваций, маркетинговых затрат, бизнес-интеграций, искусственного интеллекта и других прогрессивных решений.

Список литературы

1. *Мыцких, Н.* Опыт Японии в антикризисном региональном развитии / Наука и инновации. 2016. №160. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/opyt-yaponii-v-antikrizisnom-regionalnom-razviti>
2. *Джалилова, А.Н.* Японский опыт антикризисного управления предприятия / А.Н. Джалилова, Д.М. Магомедова // Материалы XII Международной студенческой научной конференции «Студенческий научный форум» – URL: <https://scienceforum.ru/2020/article/2018019978>
3. Антикризисные меры, принимаемые федеральными и региональными государственными органами в целях предотвращения влияния ухудшения геополитической и экономической ситуации на социально-экономическое положение – URL: <http://www.yarduma.ru/analytics/inform/20230306antikrizis>
4. *Розанова, Т.П.* Антикризисные меры по снижению последствий влияния санкций на сферу туризма России / Управленческие науки. 2022. №2. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/antikrizisnye-mery-po-snizheniyu-posledstviy-vliyaniya-sanktsiy-na-sferu-turizma-rossii>
5. председатель Совета министров Республики Крым *Юрий Гоцанюк* представил отчёт о результатах деятельности правительства за 2022 год – URL: http://crimea.gov.ru/news/12_04_23

6. *Никитенко, В. Г.* Понятие антикризисного управления в работах российских и зарубежных авторов / Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. 2013. №5. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ponyatie-antikrizisnogo-upravleniya-v-rabotah-rossiyskih-i-zarubezhnyh-avtorov>
7. *Кирьянова, Л.Г.* Модель конкурентоспособности туристской дестинации / Известия ТулГУ. Экономические и юридические науки. 2011. №2-1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/model-konkurentosposobnosti-turistskoy-destinatsii>
8. *Морозов, М.А.* Конкурентоспособность туристской дестинации, анализ ее основных конкурентных преимуществ / М.А. Морозов, М.Н. Войт // Современная конкуренция. 2013. №3 (39). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/konkurentosposobnost-turistskoy-destinatsii-analiz-ee-osnovnyh-konkurentnyh-preimuschestv-1>
9. История и современность – URL: http://crimea.gov.ru/o_gossovete/istoriya_sovremennost
Мирошникова, Т.К. Аналитические аспекты антикризисных мер государственного управления / Т.К. Мирошникова, И.А. Кириченко, С. Диксит // Управление. 2022. №4. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiticheskie-aspekty-antikrizisnyh-mer-gosudarstvennogo-upravleniya>

УДК 379.837

Анисимова Виктория Викторовна,

SPIN-код: 5702-6655

Кандидат географических наук, доцент кафедры

международного туризма и менеджмента

ФГБОУ ВО «КубГУ»,

г. Краснодар

КЕМПИНГИ И ГЛЭМПИНГИ В КРАСНОДАРСКОМ КРАЕ: АНАЛИЗ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ, ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: кемпинг, глемпинг, туристско-рекреационный потенциал, Краснодарский край, проблемы развития, перспективы развития.

АННОТАЦИЯ. *Дополнительным толчком к развитию отечественного туризма послужили ограничения на международные поездки для россиян, санкции и начало СВО, что вызвало повышенный интерес к путешествиям внутри страны. Кемпинги и глемпинги стали одними из самых актуальных направлений в современном туризме. Краснодарский край обладает уникальным туристско-рекреационным потенциалом, развитой инфраструктурой, наличием квалифицированных кадров, поддержкой властей, что способствует развитию новых туристских продуктов. Развитие изучаемого сегмента позволит расширить спектр предоставляемых услуг и туристских продуктов, что положительно скажется на отрасли в целом.*

Anisimova Victoria Viktorovna,

SPIN code:5702-6655

Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor of the Department

of International Tourism and Management

FGBOU VO "KubGU",

Krasnodar

CAMPING AND GLAMPING IN THE KRASNODAR TERRITORY: ANALYSIS OF FUNCTIONING, PROBLEMS AND DEVELOPMENT PROSPECTS

KEYWORDS: *camping, glamping, tourist and recreational potential, Krasnodar Territory, development problems, development prospects.*

ANNOTATION. *An additional impetus to the development of domestic tourism was restrictions on international travel for Russians, sanctions and the beginning of the CBO, which caused increased interest in traveling within the country. Camping and glamping have become one of the most relevant areas in modern tourism. Krasnodar Territory has a unique tourist and recreational potential, developed infrastructure, availability of qualified personnel, support from the authorities, which contributes to the development of new tourist products. The development of the studied segment will expand the range of services and tourist products, which will have a positive impact on the industry as a whole.*

Актуальность темы обусловлена растущим предпочтением россиян к активному отдыху на природе, уникальным предложениям и свободе, что делает кемпинг и глэмпинг популярными. Повышенный интерес к таким туристическим форматам также связан с ограничениями на международные поездки, что привело к увеличению спроса на внутренний туризм.

Цель исследования – многоаспектно проанализировать функционирование на территории Краснодарского края такие средства размещения как кемпинги и глэмпинги.

Исследование опирается на фундаментальные работы ведущих отечественных и зарубежных ученых в направлениях, связанных с управлением в секторе услуг, включая управление эффективностью и качеством в индустрии туризма и гостеприимства, общие теоретические аспекты туризма и развитие индустрии глэмпинга и кемпинга. Среди ученых, внесших значительный вклад в эти направления, стоит отметить таких специалистов, как Н.Л. Безрукова, А.М. Воротников, Е.Л. Драчева, Е.В. Зайцева, А.А. Левшенкова, П.С. Чернобровина, А.В. Николаева, М.В. Пономарева, Д.Л. Островкин, М.Е. Чеглазова.

Рассмотрим определение терминам «Кемпинг» и «Глэмпинг». Кемпинги представляют собой специально оборудованные туристические лагеря, где предусмотрены площадки для установления палаток или парковка для автодомов [4].

Глэмпинг сочетает в себе гостиничные удобства и близость к окружающей среде, создавая уникальный формат отдыха. Обычно располагается в труднодоступных местах, что позволяет гостям погрузиться в атмосферу региона и насладиться его культурой [1].

Создание туристической продукции требует знания множества законодательных актов, регулирующих сегменты обслуживания. Стандарты и требования для кемпингов описываются в ГОСТ Р 58187-2018 «Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования» [2]. Глэмпинг признается формой предоставления жилья, но не подлежит привычной оценке и категоризации, как обычные отели. Организация и размещение глэмпингов и кемпингов осуществляется с соблюдением положений Земельного, Градостроительного, Водного и Лесного кодексов РФ, а также региональных нормативов градостроительного проектирования.

Краснодарский край – субъект РФ с уникальным географическим положением, богатыми природными и туристическими ресурсами.

По состоянию на январь 2024 г. в «Реестре субъектов и объектов туристской индустрии и туристских ресурсов Краснодарского края» официально зарегистрировано 95 кемпингов (включая глэмпинги), наибольшее количество которых сконцентрировано в районе Геленджика, Сочи, Темрюкского и Туапсинского районов [5].

Индустрия глэмпинга в Краснодарском крае только начинает развиваться. Организаторы глэмпингов обычно арендуют землю на долгосрочной основе. Рассмотрим 10

компаний, развивающих глэмпинги в крае. Большинство глэмпингов расположены у моря или на побережье Черного моря, за исключением «Глоток воздуха» на ферме в Северском районе.

Автор оценивал сайты глэмпингов по критериям: уникальное торговое предложение, открытость, отзывы, описание преимуществ, мобильная версия, дизайн. Рейтинг рассчитывался по 5-балльной шкале. Высокие оценки получили «Перма-парк» и «Лес». Цены на услуги глэмпингов в Краснодарском крае варьируются от 4,5 до 20 тыс. руб. за стандартное размещение для двух взрослых.

С целью стимулирования туристической отрасли в стране, в 2019 г. Минэкономразвития РФ предложило субсидии на создание туристических объектов, включая модульные гостиницы. Ежегодно выделяется 54 млн руб. на гранты предпринимателям и учреждениям в сфере туризма [3].

С активной поддержкой отечественного предпринимательства со стороны властей, Краснодарский край обладает всеми шансами выйти в лидеры туристической индустрии, учитывая наличие развитой инфраструктуры и высокий природно-рекреационный потенциал.

Рассмотрим внешние и внутренние факторы, которые могут препятствовать развитию потенциала Краснодарского края.

Сильные стороны: благоприятное географическое положение с доступом к международным морским маршрутам, развитая транспортная инфраструктура, популярность как курортно-туристского региона, положительный имидж, наличие квалифицированных кадров, благоприятные миграционные процессы и социальная устойчивость.

Слабые стороны: недостаточная конкурентоспособность продукции, основных капиталов и технологий, низкий имидж курортов по сравнению с зарубежными, несоответствие ресурсов и инфраструктуры высоким темпам экономического роста, неразвитость рыночных институтов и нерешенные социальные проблемы.

Возможности: привлечение инвестиций, повышение конкурентоспособности местных производителей, использование преимуществ географического положения и природных ресурсов, развитие курортно-туристского бизнеса, эффективное использование территориальных ресурсов, межрегиональное и международное сотрудничество.

Угрозы: геостратегические и этнокультурные угрозы, недостаточная конкурентоспособность экономики, риски снижения привлекательности региона для проживания и работы, включая техногенные и экологические проблемы.

Неэффективность товаропроизводителей и недостаточная конкурентоспособность продукции – важная проблема в социально-экономическом развитии Краснодарского края. Эта ситуация связана с уровнем сервиса на курортах и туристских объектах, а также влияет на агропромышленный комплекс региона.

Кемпинг и глэмпинг предоставляет гостю пространство для творчества и выражения своих эмоций. Он является медиатором или переключателем эмоциональных состояний гостя. Такой подход, характерный для экономики «впечатлений», представляет иную картину факторов эффективности и конкурентоспособности предприятия. Необходимо наполнить услугу, создать формат, который бы отвечал материальным и эмоциональным потребностям гостя.

Среди достоинств, которые отмечают туристы являются: близость к морю или размещение в горах, чем далеко не всегда отличаются как гостиницы, так и сектор индивидуальных средств размещения.

Из недостатков можно выделить: отсутствие стабильной телефонной связи и интернета, несоответствие стоимости с предоставляемыми услугами, минимальный набор или отсутствие средств личной гигиены.

На основании изложенного выше, приведем рекомендации по устранению недостатков:

Установка станции сотовой связи и оборудования для Wi-Fi позволит туристам оставаться на связи и работать удаленно.

Для увеличения предоставляемых услуг можно организовать фотосесии, расширить банные услуги с почасовой арендой, сдавать в аренду снаряжения для плавания, организация групповых экскурсий, установить на территории элементы для развлечений (площадка, качели) позволит туристам сделать отдых более разнообразным и запоминающимся.

Закупить стандартный набор косметических принадлежностей и гостиничного текстиля, что поможет повысить качество предоставляемых услуг.

Внедрение предложенных рекомендаций поможет значительно улучшить качество предоставляемых услуг, повысить уровень удовлетворенности клиентов и укрепить свою позицию на рынке, что способствует привлечению большего количества посетителей и улучшению общей репутации.

Для использования предложенных рекомендаций были выбраны организации, способные обновить базу отдыха, и установлена стоимость их реализации.

1. Телеком-фирма «Мелдана», расположенная в г. Краснодар позволит обеспечить установку связевой вышки и усилителей сигнала. Проект обойдется в приблизительно 200 тыс. руб.

2. Для организации фотосесий необходимо воспользоваться услугами фотографа, средняя стоимость которого по Краснодарскому краю составляет 3 тыс. руб. в час. Для покупки водного снаряжения, такого как, надувные матрасы, водный тубинг, ласты выбран магазин «Спортмастер». Стоимость закупки для предоставления услуг составит 45 тыс. руб.

3. Для реализации последней рекомендации необходимы закупки наборов для гостиниц, которые включают в себя мыло, шампунь, гель, шапочки, набор зубной щетки с пастой, халаты и тапочки в интернет-магазине Saspack. Расходы на закупки наборов для гостиниц без учета логотипа составит 18,3 тыс. руб. Если пометить упаковку своим логотипом, стоимость увеличится на 3,2%. С учетом этого, общая стоимость закупки набора для гостиниц с логотипом составит 58,7 тыс. руб.

Общая сумма для реализации стратегических советов составляет 303,7 тыс. руб.

Разработанные направления по усовершенствованию деятельности рекреационной базы предполагают издержки, однако они предоставляют возможности для повышения уровня сервиса и увеличения привлекательности локации для гостей. Развитие таких средств размещения, как кемпинги и глэмпинги положительно влияют на туристскую отрасль в целом.

Список литературы

1. Безрукова, Н. Л. Глэмпинг: понятие, виды и перспективы развития в России / Н. Л. Безрукова // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – Т. 14. – № 2. – С. 28–37.
2. ГОСТ Р 58187-2018. Туристские услуги. Кемпинги. Общие требования : национальный стандарт Российской Федерации : издание официальное : утвержден и введен в действие Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 25 июля 2018 года № 429-ст : введен впервые : дата введения 2019-03-01. – Москва : Стандартинформ, 2018. – 13 с.
3. Драчева, Е. Л. Глэмпинг как новая концепция отдыха и перспективы его развития в России / Е. Л. Драчева, А. В. Николаева // Российские регионы: взгляд в будущее. – 2021. – Т. 8. – № 2. – С. 69–83.
4. Зайцева, Е. В. Кемпинг и глэмпинг – современные тенденции развития туристского рынка России / Е. В. Зайцева // Экономика и социум. – 2021. – № 5-1(84). – С. 896–901. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=46263416> (дата обращения: 01.10.2023).
5. Мнение: На Кубани фактически работает до 1 тыс. глэмпингов // РБК. – URL: <https://kuban.rbc.ru/krasnodar/> (дата обращения: 10.01.2024).

УДК 004.8

Фисенко Алёна Дмитриевна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Service»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент зав. кафедрой менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА И АВТОМАТИЗАЦИЯ РАБОЧЕГО ПРОЦЕССА В СОЗДАНИИ ВЫПУСКНЫХ АЛЬБОМОВ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *искусственный интеллект, автоматизация, выпускные альбомы, распознавание лиц, информационные технологии*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассматриваются современные информационные технологии автоматизации процессов, а также использование искусственного интеллекта (ИИ) и их влияние на процесс создания выпускных альбомов. Особое внимание уделяется автоматизации рабочего процесса с использованием ИИ для распознавания лиц и группировки фотографий, а также программного обеспечения для автоматического размещения изображений и текста. Примеры успешного внедрения технологий и их влияние на скорость, качество и стоимость производства альбомов обсуждаются в контексте современных компаний.*

Fisenko Alyona Dmitrievna,

2st year student of the master's degree, the field of study «Service»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Head of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

THE INTRODUCTION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES AND AUTOMATION OF THE WORKFLOW IN THE CREATION OF GRADUATION ALBUMS

KEYWORDS: *artificial intelligence, automation, graduation albums, face recognition, information technology.*

ANNOTATION. *This article examines modern information technologies for process automation, as well as the use of artificial intelligence (AI) and their impact on the process of creating graduation albums. Particular attention is paid to the automation of the workflow using AI for face recognition and photo grouping, as well as software for automatic image and text placement. Examples of successful technology implementations and their impact on the speed, quality, and cost of album production are discussed in the context of contemporary companies.*

Процесс создания выпускных альбомов традиционно требует значительных временных и трудовых затрат. В последние годы, с развитием технологий ИИ и автоматизации, стало возможным значительно упростить и ускорить этот процесс. Как отмечают Гусева и Жигирева, «в современном мире прослеживается стремительный рост бизнеса независимо от сферы деятельности. Данная тенденция подразумевает развитие информационных технологий в управленческих процессах» [6].

По словам Гализиной и Амелина, «информационные технологии качественно изменяют управление всеми ресурсами организации» [28].

Цель данной статьи – изучить современные методы, используемые для автоматизации создания выпускных альбомов, а также проанализировать их влияние на качество и эффективность производства.

Цель исследования заключается в изучении влияния технологий ИИ и автоматизации на процесс создания выпускных альбомов. Для достижения данной цели были поставлены следующие задачи:

- Проанализировать современные технологии ИИ, применяемые в сфере создания выпускных альбомов.
- Изучить примеры успешного внедрения ИИ и автоматизации в компаниях, занимающихся созданием выпускных альбомов.
- Оценить влияние автоматизации и ИИ на скорость, качество и стоимость производства выпускных альбомов.
- Технологии искусственного интеллекта в создании выпускных альбомов
- Распознавание лиц и группировка фотографий.

ИИ позволяет автоматизировать процесс распознавания лиц и группировки фотографий, что значительно ускоряет процесс подготовки материала для выпускных альбомов. Технологии распознавания лиц используются для точной идентификации и группировки фотографий по людям. Примером использования служит программа Tonfotos, она используется для распознавания лиц на фотографиях, и для автоматической сортировки и группировки изображений по людям. Это позволяет быстро находить нужные снимки и создавать организованные альбомы.

Использование ИИ для автоматической сортировки и группировки фотографий значительно сокращает время, необходимое для подготовки материала для альбомов. ИИ-алгоритмы могут анализировать качество фотографий, выбирая лучшие кадры для включения в альбом, что обеспечивает высокое качество конечного продукта и удовлетворенность клиентов.

Автоматизация рабочего процесса в компании включает использование специализированного программного обеспечения, которое автоматически размещает фотографии и текст на страницах альбомов, используя заранее заданные шаблоны и макеты. Такую функцию можно сделать в программе Adobe InDesign. Indesign это мощное программное обеспечение для макетирования, предлагающее инструменты для автоматической генерации макетов с использованием шаблонов и скриптов. Пользователи могут создавать сложные макеты альбомов с минимальными усилиями. На данный момент это программа используется для создания макетов в ручном режиме, что снижает скорость работы, также из-за человеческого фактора возникают технические ошибки. Введение автоматизации поможет уменьшить кол-во ошибок и уменьшить нагрузку на дизайнера, особенно в пик сезона.

Рассмотрим какие варианты автоматизации имеются:

- Использование шаблонов:
- Создание шаблонов страниц, которые будут использоваться во всех альбомах. Это могут быть шаблоны для разворотов страниц с фотографиями класса, страниц с индивидуальными портретами и т.д.

– Шаблоны позволяют быстро применять одинаковое оформление ко всем страницам альбома.

Data Merge (Слияние данных):

– Использование функции Data Merge для автоматического заполнения шаблонов данными. Это особенно полезно для страниц с индивидуальными портретами и информацией о выпускниках.

– Подготовка CSV-файл или таблицы Excel с данными о студентах (имя, фото, цитаты и т.д.).

– В InDesign выбрать Window > Utilities > Data Merge, чтобы открыть панель Data Merge. Следовать инструкциям для импорта данных и их размещения на страницах.

– Скрипты: В InDesign можно использовать скрипты для автоматизации различных задач. Например, можно создать скрипт для автоматической расстановки фотографий по шаблону.

– Существует множество готовых скриптов, которые можно найти в интернете или написать свои на JavaScript или AppleScript (для Mac) [32][34][35].

Плагины: Существует множество плагинов для InDesign, которые могут упростить создание альбомов. Например, плагин EasyCatalog позволяет более гибко работать с данными и шаблонами.

Плагин Casidi Extreme также может помочь с автоматизацией верстки [26].

Создание библиотек: Использование библиотеки InDesign для хранения часто используемых элементов оформления, таких как рамки для фотографий, стили текста и т.д. Это позволит быстро вставлять их на страницы.

Работа с параграфными и символьными стилями: Настройка и использование стилей для текста, чтобы легко применять одинаковое форматирование ко всем текстовым элементам на страницах.

Это также поможет при необходимости внесения изменений в оформление – достаточно будет изменить стиль, и изменения применятся ко всем элементам, использующим этот стиль.

Автоматизация с использованием Adobe Scripts: Можно написать скрипты на JavaScript для автоматизации различных задач в самом InDesign. Например, скрипт, который автоматически создает развороты для каждого класса, вставляет фотографии и текст [32][34][35]. Благодаря скриптам «Всё выполняется очень быстро, и риск получения ошибки по сравнению с обычным способом сведён к минимуму» [26].

Для внедрения автоматизации в процесс создания выпускных альбомов мы выбрали инструменты Data Merge и скрипты. Эти инструменты полезны и просты в интеграции, поскольку множество готовых решений и обучающих материалов можно найти в интернете.

Data Merge позволяет автоматизировать процесс заполнения шаблонов данными из таблиц Excel или CSV-файлов, что значительно упрощает создание страниц с индивидуальными портретами и информацией о выпускниках. Это особенно полезно для массового производства, где требуется обработка большого объема данных.

Скрипты на JavaScript или AppleScript могут быть использованы для автоматизации различных задач в InDesign. Они позволяют создавать сложные макеты и автоматизировать рутинные процессы, такие как расстановка фотографий и текста по шаблону. Готовые скрипты можно легко найти в интернете, что делает их доступными для широкого круга пользователей.

Для обоих способов нужно будет составлять списки с данными, которые нужно будет вставить. InDesign поддерживает импорт данных из текстовых файлов (CSV, TXT), таблиц базы данных (через ODBC), электронных таблиц и других форматов [32][34][35].

Кейсы успешного внедрения автоматизированных систем

– Shutterfly: Внедрение ИИ для автоматизации процессов создания фотокниг и альбомов позволило улучшить клиентский опыт и повысить эффективность работы. Компания

использует технологии ИИ для распознавания лиц и автоматической группировки фотографий [38].

– Mixbook: Использует алгоритмы ИИ для автоматического создания макетов альбомов, что сокращает время, необходимое для дизайна. ИИ анализирует фотографии и предлагает оптимальные размещения на страницах [36].

– Treering: Компания использует автоматизированные системы для создания персонализированных выпускных альбомов, что позволяет сократить время производства и повысить точность макетов [39].

– Picabo Yearbooks: Внедрение автоматизации для управления заказами и дизайном альбомов значительно улучшило производительность и качество продукции. Компания использует автоматизированные системы для упрощения процесса дизайна и печати [37].

Внедрение технологий ИИ и автоматизация процессов в компании, занимающейся созданием выпускных альбомов, позволят значительно улучшить качество продукции, сократить время производства и снизить затраты. Гусева и Жигирева подчеркивают, что «информационные технологии необходимо внедрять в управление бизнес-процессами организации для повышения эффективности. Внедряя ИТ в управление организации, открывается возможность эффективного и качественного использования ресурсов организации, что приводит к повышению прибыли» [6]. Примеры успешных компаний и технологий демонстрируют, как эти инновации могут быть эффективно использованы для достижения конкурентных преимуществ. Как отмечает Вишневский, «системы управления бизнес-процессами (BPMS) предоставляют новые возможности для повышения эффективности бизнеса» [27].

На данный момент процессы автоматизации с помощью ИТ и ИИ в сфере выпускных альбомов применяются в зарубежных фирмах, в России данный процесс только начинает набирать обороты, в основном это используют крупные компании, которые быстро подстраиваются под изменения в сфере и перенимают зарубежный опыт. Исходя из этого, можно сделать вывод, что внедрение ИТ, а именно автоматизации рутинных задач и использование ИИ как помощи человеку, позволит компании стать намного более конкурентоспособной и занять лидирующие позиции в своей сфере.

Заключение. Внедрение технологий ИИ и автоматизация процессов в компании, занимающейся созданием выпускных альбомов, позволят значительно улучшить качество продукции, сократить время производства и снизить затраты. Эти технологии предоставляют компании возможность эффективно и качественно использовать ресурсы, что в конечном итоге приводит к повышению прибыли. Гусева и Жигирева подчеркивают, что «информационные технологии необходимо внедрять в управление бизнес-процессами организации для повышения эффективности» [6].

Примеры успешного внедрения ИИ и автоматизации в компаниях, таких как Shutterfly, Mixbook, Treering и Picabo Yearbooks, демонстрируют, как эти инновации могут быть эффективно использованы для достижения конкурентных преимуществ [36-39]. Эти компании используют ИИ для автоматической сортировки и группировки фотографий, что значительно сокращает время, необходимое для подготовки материала для альбомов, и повышает качество конечного продукта.

На данный момент процессы автоматизации с помощью ИТ и ИИ в сфере выпускных альбомов применяются в основном в зарубежных фирмах, в России данный процесс только начинает набирать обороты. Крупные компании, которые быстро адаптируются к изменениям в сфере и перенимают зарубежный опыт, уже начинают использовать эти технологии. Исходя из этого, можно сделать вывод, что внедрение ИТ, а именно автоматизация рутинных задач и использование ИИ в качестве помощника человеку, позволит компании стать более конкурентоспособной и занять лидирующие позиции в своей сфере.

Таким образом, внедрение технологий ИИ и автоматизация процессов являются ключевыми факторами для повышения эффективности и конкурентоспособности компании,

занимающейся созданием выпускных альбомов. Это подтверждают и исследования Вишневого, который отмечает, что «системы управления бизнес-процессами (BPM) предоставляют новые возможности для повышения эффективности бизнеса» [27]. Внедрение таких технологий поможет компании не только улучшить качество продукции и сократить время производства, но и значительно снизить затраты, что в итоге приведет к повышению прибыльности и укреплению позиции на рынке.

Список литературы

1. *Афанасьев, Д.* Как искусственный интеллект меняет отношение бизнеса к покупателю // БИТ. Бизнес и Информационные технологии. – 2019. – № 5(88). – с. 54-55.
2. *Архипов, Л.И.* Большие данные и искусственный интеллект в бизнесе: развитие и регулирование // Big Data and Advanced Analytics. – 2020. – № 6-3. – с. 122-127.
3. *Бабич, В.Н., Кириллова Е.А.* Обзор отдельных вопросов и области больших данных и искусственного интеллекта. – М.: ФКУ «ГИАЦ МВД России, 2019. – 148 с.
4. *Бухтиярова, Т.И.* Цифровая экономика: особенности и тенденции развития // Бизнес и общество. – 2019. – № 1(21). – с. 22.
5. *Быков, И.А.* Искусственный интеллект как источник политических суждений // Журнал политических исследований. – 2020. – № 2. – с. 23-33. – doi: 10.12737/2587-6295-2020-23-33.
6. *Гусева, Т.А., Жигирева Е.Г.* Использование информационных технологий для повышения эффективности управления бизнес-процессами организации // Journal of Economy and Business. – 2019. – №1. – С. 77-81.
7. *Городнова Н.В.* Применение искусственного интеллекта в экономической дипломатии и международной торговле // Вопросы инновационной экономики. – 2021. – № 2. – doi: 10.18334/vines.11.2.112214.
8. *Дудин, М.Н., Шкодинский С.В.* Тенденции, возможности и угрозы цифровизации национальной экономики в современных условиях // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 3. – с. 689-714. – doi: 10.18334/ep.11.3.111785.
9. *Ермакова, С.Э., Ковязин И.Е.* Основные аспекты роботизации бизнес-процессов в сфере услуг здравоохранения // Вопросы инновационной экономики. – 2022. – № 1. – с. 433-448. – doi: 10.18334/vines.10.1.100494.
10. *Жилин, В.В., Сафарьян О.А.* Искусственный интеллект в системах хранения данных // Вестник Донского государственного технического университета. – 2020. – № 2. – с. 196-200. – doi: 10.23947/1992-5980-2020-20-2-196-200.
11. *Жуков, Д.С.* Искусственный интеллект для общественно-государственного организма: будущее уже стартовало в Китае // Журнал политических исследований. – 2020. – № 2. – с. 70-79. – doi: 10.12737/2587-6295-2020-70-79.
12. *Карпова, Н.П., Евтодиева Т.Е.* Логистические инновации: сущность, виды и способы финансирования // Экономика, предпринимательство и право. – 2020. – № 7. – с. 2063-2072. – doi: 10.18334/ep.10.7.110547.
13. *Лапаев, Д.Н., Морозова Г.А.* Искусственный интеллект: за и против // Развитие и безопасность. – 2020. – № 3(7). – с. 70-77. – doi: 10.46960/2713-2633_2020_3_70.
14. *Лексин, В.Н.* Искусственный интеллект в экономике и политике нашего времени. Статья 2. Искусственный интеллект как товар и услуга // Российский экономический журнал. – 2020. – № 5. – с. 3-33. – doi: 10.33983/0130-9757-2020-5-3-33.

УДК 338.48

Корнева Ю.В.

студент магистратуры, направление подготовки «Гостиничное дело»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Рындач М. А.

SPIN-код: 3535-5987

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

СОВРЕМЕННЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА КРЫМА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *гостиничное хозяйство, туризм, проблемы развития, гостиничное хозяйство Республики Крым, экономическое развитие.*

АННОТАЦИЯ. *Анализ состояния гостиничного хозяйства в Республике Крым является актуальной задачей в контексте исследования экономики региона. В данном исследовании осуществлена попытка анализа ключевых проблем, сопровождающих объекты гостиничного хозяйства, а также предложены шаги по их преодолению. Важность развития гостиничного хозяйства для развития отрасли туризма в регионе подчеркивается как необходимость активного воздействия на данную сферу.*

Korneva Y.V.

student of the master's degree, the field of study «Hotel business»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson
assddf@yandex.ru

Ryndach M. A.

SPIN code: 3535-5987

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

MODERN PROBLEMS OF THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL INDUSTRY IN CRIMEA

KEYWORDS: *hotel industry, tourism, GRP, development problems, hotel industry of the Republic of Crimea, economic developmen.*

ANNOTATION. *Analysis of the state of the hotel industry in the Republic of Crimea is an urgent task in the context of studying the economy of the region. This study examines the main problems faced by hotel facilities, and also suggests ways to solve them. The importance of developing the hotel industry to attract tourists and improve the economic situation in the region is emphasized as the need for active influence on this area.*

Вклад туристического сектора в структуру внутренний республиканский продукт Республики Крым в 2023 году составил почти 7% [8], что свидетельствует о важности отрасли

в контексте социально–экономического развития. Вклад гостиничного хозяйства, как неотъемлемой части туристического продукта, в развитие туризма, обуславливает необходимость активного воздействия на его состояние и развитие.

В текущее время состояние гостиничного хозяйств региона составляет одну из актуальнейших проблем, требующих совместных действий как региональных органов власти и местного бизнеса, так и поддержки со стороны федеральных властей.

Цель исследования – проанализировать текущее состоянии гостиничного хозяйства региона, и, выявив основные проблемы, наметить пути их решения.

В целях проведения данного исследования обратимся к дефиниции «гостиничного хозяйства», которое «представляет собой экономическую деятельность по предоставлению услуг размещения, обслуживания в номерах, питания, других возможных услуг, предоставляемых в пределах гостиницы» [3, с. 76].

«Гостиничное хозяйство – совокупность организаций, предоставляющих клиентам на коммерческой основе гостиничные услуги, связанные с организацией кратковременного проживания, питания, развлечениями и прочими неотъемлемыми атрибутами туристической деятельности. Организации гостиничного хозяйства выполняют важнейшие функции в сфере обслуживания туристов: обеспечивают их размещение, питание и предоставляют ряд дополнительных услуг [3, с. 77].

Роль гостиничного хозяйства в развитии индустрии туризма очевидно велика, а с учетом последних поручений Президента РФ, в выступлении которого прозвучало «...уже в горизонте текущего десятилетия вклад внутреннего туризма в ВВП страны должен вырасти вдвое – до 5%» [7], резко возрастает необходимость совершенствования гостиничного сервиса, инфраструктуры и гостиничного хозяйства в целом для достижения поставленных целей.

Учитывая, что одним из ключевых направлений развития экономики крымского региона является сфера туризма, то важно оценить текущее положение гостиничного хозяйства в целом.

Гостиничное хозяйство, исходя из данного выше определения, представлена совокупностью организаций, предоставляющих услуги проживания и размещения, что подразумевает наличие основных фондов. Далее представим их оценку, основанную на данных статистической отчетности. Так, степень износа основных фондов в Республике Крым в категории «Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания» [8] в 2022 году составляла 26,8%, что свидетельствует о том, что почти треть фондов не соответствует текущим потребностям и почти непригодна к дальнейшей эксплуатации. На рисунке 1 представлена структура износа в разрезе составляющих основные фондов.

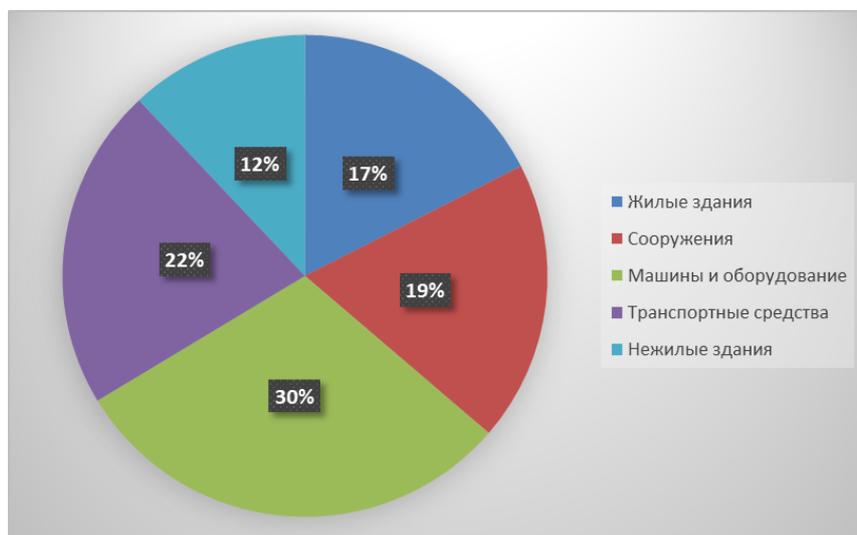


Рис. 1. Степень износа основных фондов на конец года по видам экономической деятельности по полному кругу организаций

Как видно из приведенного рисунка 1, жилые здания изношены почти на пятую часть из всей совокупности фондов, что свидетельствует о высокой степени негодности гостиничной инфраструктуры. (гостиницы не могут размещаться в жилых зданиях) Отметим тот факт, что обновление фондов осуществляется ежегодно, однако темпы данного процесса ниже общероссийских (рисунок 2).

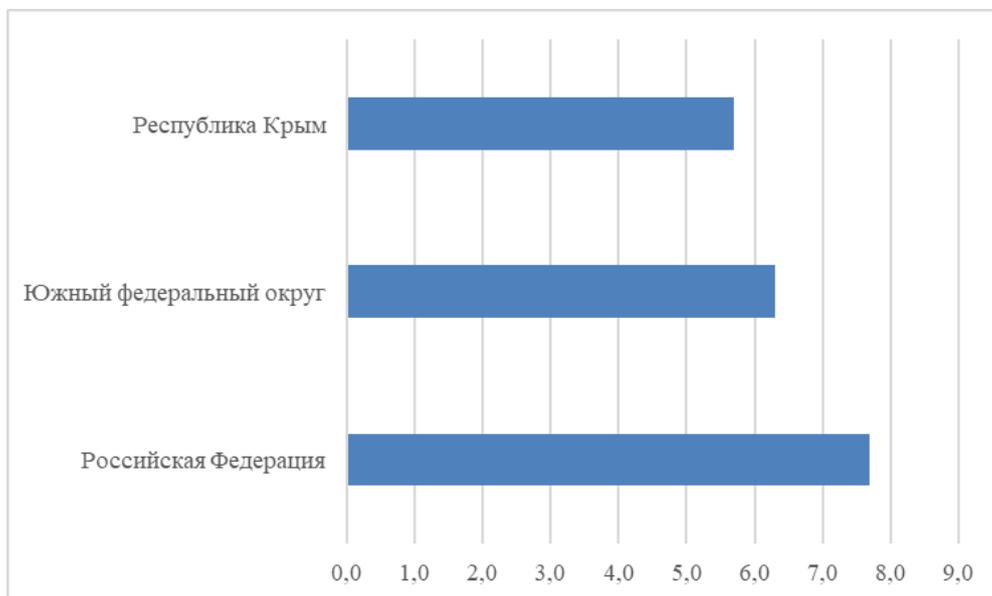


Рис. 2. Коэффициент обновления основных фондов, % [8]

Такое положение с высокой изношенностью основных фондов, сложившееся в Республике Крым, объяснимо следующими факторами:

- отсутствие инвестиций в основные фонды со стороны внешних инвесторов;
- длительный срок окупаемости инвестиций, из-за чего инвесторы предпочитают другие объекты вложения средств;
- отсутствие собственных средств на обновление фондов;
- высокая стоимость кредитования в банковских учреждениях.

Гостиничное хозяйство составляет основу индустрии туризма, формируя конечный туристический продукт. От качества инфраструктуры, представленной гостиничным хозяйством, напрямую зависит конечная стоимость туристического продукта, сроки пребывания гостей на курорте и степень их удовлетворённости. Туристы и гости проявляют высокий интерес к месту будущего размещения, пытаются узнать о нем заранее и подробно. Таким образом, сервис и качество услуг, предоставляемые объектами гостиничного хозяйства, являются основополагающим при выборе того или иного объекта.

В связи с этим крайне важен уровень сервиса объектов размещения, однако, именно в этом вопросе крымский регион испытывает затруднения и не может похвастаться значительными достижениями. Так, «По состоянию на январь 2023 года классифицировано 13 объектов категории «пять звезд», 167 – «2 звезды», «одна звезда» у 29 объектов. Еще 566 отелей получили категорию «без звезд», – уточнили в республиканском Минкурортов. Всего в регионе классифицировано 1083 объекта размещения» [4]. Данная статистика говорит о том, что более, чем из тысячи средств размещения, лишь половина представляет услуги, которые могут быть сертифицированы «звездами». Остальные объекты гостиничного хозяйства не могут предоставить сервис и качество хотя бы на уровень одно–двух звёздочного стандарта.

Учитывая вышесказанное, отметим, что по статистике [6] раннее бронирование отелей 2–3 звезды составляет 5–7 % от общего количества, тогда как 4*–5* уровень достигает 50 %. Данная статистика подтверждает тот факт, что спросом у гостей не пользуются объекты с низким уровнем сервиса, и приводит к выбору туристами других регионов для отдыха, а

крымский регион теряет привлекательность и прибыль. (Сейчас о раннем бронировании вообще трудно говорить. Плечо бронирования сильно сократилось. По этому показателю нельзя судить, что малозвездные отели не пользуются спросом. У нас только богатые гости в Крыму??))))) Надо как-то иначе сформулировать мысль

И третье, о чем хотелось бы упомянуть в связи с обсуждением вопроса развития гостиничного хозяйства Республики Крым, это кадровая составляющая гостиничной отрасли. Отсутствие квалифицированных кадров сказывается на качестве предоставляемых услуг и приносит убытки отрасли в целом. Подготовка специалистов требует финансовых ресурсов и времени, а, учитывая ярко выраженную сезонность работы гостиничного хозяйства региона, не все работодатели инвестируют в персонал ресурсы. Следовательно, кадры не привязаны к данному работодателю и бренду в целом, что отражается на высоком уровне текучести.

Подводя итоги, отметим, что гостиничное хозяйство, во-первых, является ключевым элементом в структуре туристического продукта, и во-вторых, составляет значительную часть в ВРП региона. Значимость гостиничной инфраструктуры возрастает еще в связи с тем фактом, что в связи с внешними политическими и экономическими событиями, роль внутреннего туризма значительно возросла. Следовательно, необходимо предпринимать меры, которые бы способствовали решению следующих выявленных проблем:

- высокая степень износа основных фондов;
- низкий уровень качества услуг и сервиса в целом;
- кадровый дефицит.

В качестве мер, направленных на преодоление выявленных проблем, предлагается следующие шаги.

1. Для повышения коэффициента обновления основных фондов необходимы масштабные инвестиции в гостиничную отрасль. Привлекательность вложений должна стать очевидной для инвестора, что требует, во-первых, законодательно закреплённых гарантий для инвесторов; во-вторых, во-вторых, необходима поддержка со стороны государства в виде льготных условий при облагаемости налогами, субсидий или финансовых гарантий. Также важно создание благоприятного инвестиционного климата и стимулов для развития сектора гостиничного хозяйства. Для этого требуется разработка специальных программ поддержки инвесторов, облегчающих процесс инвестирования.

Еще одним важным аспектом является доступность банковских кредитных продуктов, которая позволила бы предприятиям гостиничного хозяйства самостоятельно обновлять фонды.

2. Недостаток квалифицированных сотрудников и низкое качество обслуживания являются взаимосвязанными проблемами, и решение одной из них может способствовать улучшению ситуации с другой.

Мероприятиями, которые могут способствовать решению кадрового вопроса могут быть:

- стажерские программы и договора с профильными учебными заведениями;
- обучение собственного персонала на постоянной основе;
- приглашение на время специалистов со стороны, которые бы наладили работу и передали свой опыт;
- создание корпоративных программ по стимулированию и мотивации сотрудников, которые бы позволили удерживать ценных специалистов на предприятиях гостиничного хозяйства;
- сотрудничество с образовательными учреждениями для адаптации учебных программ под потребности индустрии.

3. Уровень сервиса и качество предоставляемых в средствах коллективного размещения услуг может быть повышен за счет внедрения следующих мероприятий:

- обучение персонала (что также положительно повлияет на проблему текучести кадров в отрасли);

- непереносимое внедрения стандартов обслуживания;
- постоянный мониторинг качества и сервиса (например, путем опроса гостей).

В заключении можно подчеркнуть важность развития гостиничного хозяйства Республики Крым, учитывая его ключевую роль в туристическом секторе страны и в ВРП региона.

Необходимость преодоления таких проблем, как высокая степень износа основных фондов, недостаток квалифицированных кадров и низкий уровень сервиса, требует скоординированных действий региональных органов власти, бизнеса и поддержки со стороны федеральных властей. Решение указанных проблем позволит улучшить качество услуг и сервиса, повысить привлекательность региона для туристов и способствовать развитию индустрии туризма в Республике Крым.

Список литературы

1. *Абрамова, Л. С.* Проблемы и перспективы развития гостиничного хозяйства в Крыму и городе Севастополе / Л. С. Абрамова, А. А. Шайдуллина // Вектор экономики. – 2019. – № 6(36). – С. 168
2. *Восколович, Н. А.* Формирование современного гостиничного хозяйства как основы индустрии туризма / Н. А. Восколович // Государственное управление. Электронный вестник. – 2021. – № 85. – С. 69-83
3. *Гришко, Н. И.* Гостиничное хозяйство: учебное пособие / Н. И. Гришко. – Минск: РИПО, 2021. – 249 с.
4. Более тысячи отелей Крыма прошли обязательную классификацию [Электронный ресурс] URL: <https://crimea.ria.ru/20230112/bolee-tysyachi-oteley-kryma-proshli-obyazatelnyu-klassifikatsiyu-1126357434.html> (дата обращения 28.04.2024)
5. Гостиничное хозяйство в социально-экономическом развитии региона [Электронный ресурс] URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?> (дата обращения 28.04.2024)
6. Пора менять подход к ценам и гостям: эксперт о рисках тур сезона в Крыму [Электронный ресурс] URL: <https://crimea.ria.ru/20230314/pora-menyat-podkhod-k-tsenam-i-gostyam-ekspert-o-riskakh-tursezona-v-krymu-1127511257.html> (дата обращения 28.04.2024)
7. Путин призвал увеличить вклад внутреннего туризма в ВВП России до 5% [Электронный ресурс] URL: <https://www.rbc.ru/rbcfreenews/6605ac389a7947135f03bf84> (дата обращения 28.04.2024)
8. Управление Федеральной службы государственной статистики по Республике Крым и г. Севастополю [Электронный ресурс] URL: <https://82.rosstat.gov.ru/folder/27564> (дата обращения 28.04.2024)

УДК 338.2

Охременко Алексей Михайлович,

магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Петрова Анжелика Сергеевна,

магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ПРОЦЕССОВ СЕРВИСА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ОБЩЕСТВЕННОГО ПИТАНИЯ ЗА СЧЕТ БЕРЕЖЛИВОГО ПРОИЗВОДСТВА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *предприятие, менеджмент, управление проектами, финансовая устойчивость, бережливое производство*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются перспективы и преимущества применения методологии бережливого производства на предприятиях общественного питания для улучшения процессов обеспечиваемого ими сервиса. Приводятся ее специфика и инструментарий. Описывается сравнительная эффективность концепции бережливого производства.*

Okhremenko Alexey Mikhailovich ,

2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Petrova Angelika Sergeevna,

2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

IMPROVEMENT OF SERVICE PROCESSES AT PUBLIC CATERING ENTERPRISES THROUGH LEAN MANUFACTURING

KEYWORDS: *enterprise, management, project management, financial stability, lean manufacturing.*

ANNOTATION. *The article discusses the prospects and advantages of applying the methodology of lean manufacturing in public catering enterprises to improve the processes of the service provided by them. Its specifics and tools are given. The comparative effectiveness of the lean manufacturing concept is described.*

Концепция бережливого производства, постепенно завоевывает весь мир. В настоящий момент концепция, целью которой является удовлетворение потребителя через максимизацию ценности (услуги), успешно применяется многими компаниями из разных стран мира, а благодаря работам Дж. Вумека и Д. Джонса, М. Имаи, М. Ротера стала популярной и в нашей стране.

По разным оценкам, концепция бережливого производства позволяет предприятиям разных сфер деятельности, в том числе, предприятиям, занимающимся предоставлением сервиса в сфере общественного питания, увеличить следующие основные показатели:

- рост производительности труда на 35-70%;
- сокращение времени производственного цикла на 25-90%;
- сокращение брака на 58-99%;
- рост качества продукции на 40%;
- увеличение времени работы оборудования без ремонта до 98,87%;
- высвобождение производственных площадей на 25-50%;
- сокращение запасов более чем на 30% .

Бережливое производство (англ. lean production, lean manufacturing) представляет собой производственную систему, основанную на постоянном стремлении к устранению всех видов потерь на предприятиях многих отраслей производства. Это концепция управления предприятием, в основу которой положена идея сокращения потерь при одновременном улучшении производительности.

К потерям причисляют ресурсы, инструменты, действия, неспособные повысить ценность продуктов и услуг с точки зрения потребителя. Например, к ним причисляют некомпетентных работников или неиспользованные материалы, которые нельзя перепрофилировать и переработать. Можно выделить виды потерь (показаны на рис. 1).



Рис. 1. Основные виды потерь на предприятии

1. Потери из-за перепроизводства. Данный вид потерь возникает в момент создания невостребованной продукции – товаров, которые изготавливают сверх заказа или вообще без него. Причины у такого решения может быть несколько. Производитель не уверен в том, какой будет спрос на товар, при этом производственный цикл занимает слишком много времени, чтобы сначала получить заказ, а уже потом приступить к его выполнению. В идеале нужно работать именно «от заказа» и искать способы сокращать цикл производства, потому что любой прогноз рано или поздно не сбудется из-за нестабильных условий рынка.

2. Потери времени из-за ожидания. Среди самых ярких примеров этого вида потерь на производстве следующие:

- ожидание постановки в производственный план – заказ принят, но нужно набрать еще несколько, чтобы пустить в производство партию с определенным количеством единиц; очередь на следующую стадию обработки – это время, которое заказ находится в ожидании

следующего этапа производства, можно отнести к потерям; ожидание перемещения – паузы из-за недостаточного количества тары для перевозки, машин для транспортировки и т.д.;

– долгое оформление документов – бухгалтерские, управленческие и другие документы не должны тормозить процесс производства и доставки к клиентам.

Для сокращения ожиданий нужно: ввести практику регулярной проверки всех этапов производственного цикла; перераспределить права и обязанности между сотрудниками так, чтобы из-за отсутствия одного ответственного лица не стопорился процесс работы; оптимизировать цикл планирования таким образом, чтобы сократить время ожидания клиентами своего заказа.

3. Потери из-за излишних запасов. В концепции бережливого производства любые запасы считаются потерями, поскольку сами по себе они не несут ценности для клиентов. Чтобы понять суть такой позиции, можно представить ситуацию, при которой вы купили продуктов больше, чем требовалось, и часть из них пропала в холодильнике или на складе. Запасы отвлекают на себя полезную площадь, которую можно было бы задействовать для производства, и перетягивают большое количество оборотных средств. Но совсем отказаться от запасов в современных реалиях практически невозможно, поэтому компании, придерживающиеся бережливого производства, должны ставить перед собой цель сократить количество запасов таким образом, чтобы производство не испытывало дефицита, но при этом не было ничего лишнего. Простаивающие склады сырья, полуфабрикатов и готовых продуктов – это замороженные денежные средства, не идущие на развитие бизнеса.

4. Потери при ненужной транспортировке. В концепции бережливого производства любые незапланированные перемещения деталей, сырья, материалов и прочих подобных вещей, которые в конечном итоге попадают к клиенту, считаются потерями. Каждое такое перемещение увеличивает риски задержек или повреждений. В этом случае необходимо провести оптимизацию количества перемещений компонентов и готовых продуктов.

5. Потери из-за ненужных перемещений. В отличие от предыдущего пункта, рассматриваемые потери связывают с перемещением людей с места на место. Чтобы сократить потери этого типа, важно определить, по каким именно причинам люди на производстве перемещаются «с пустыми руками», и устранить их. Лишние перемещения сотрудников расходуют время и силы, кроме того, они увеличивают риски повреждения продуктов и травм, увеличивается стоимость продукта без увеличения его ценности.

6. Потери из-за выпуска дефектной продукции. С точки зрения бережливого производства важно сразу выпускать качественную продукцию без брака и дефектов. Качественная продукция обходится дешевле, чем продукция с дефектами, так как в цену последней закладываются дополнительные расходы на систему контроля и необходимые доработки. Чтобы избежать брака, необходимо наладить все этапы производственного процесса, нанимать сотрудников с соответствующей квалификацией, использовать современное оборудование. Сокращение вероятности дефектов позволяет сохранить бюджет, а также временные и рабочие ресурсы.

7. Потери из-за лишних этапов обработки. Ненужная или неправильная обработка сырья и полуфабрикатов, а иногда и лишние этапы обработки приводят к временным и финансовым потерям. К данному типу потерь ведут операции 3 видов:

– приводящие к получению избыточного качества (создается более полезный продукт, но лишние характеристики не нужны клиенту, он не готов за них доплачивать);

– приводящие к усложнению процесса из-за неподходящих инструментов или несоответствия используемых деталей (например, было закуплено сырье низкого качества, на обработку которого потребуется больше времени);

– устраняющие ранее созданные дефекты (на одном из этапов производства возникает брак, то есть ценность продукции падает и необходимы дополнительные процессы, чтобы вернуть прежнюю ценность).

Чтобы понять, существуют ли в производстве потери этого типа, нужно ответить на 2 связанных вопроса:

А. Какую ценность создает каждая конкретная операция?

Б. Нужна ли эта ценность клиенту, готов ли он за нее платить?

Если ответ на второй вопрос отрицательный, данный этап производственного процесса можно считать лишним и относить к потерям.

8. Нереализованный потенциал работников. При бережливом производстве к потерям относят неиспользованные знания, навыки и умения сотрудников, что вызвано чаще всего выполнением рутинных операций, ограничений в виде регламентов и должностных обязанностей, поэтому работники не могут проявить себя и принести компании потенциальную пользу. Чтобы не допустить потери в этой сфере, важно давать сотрудникам высказывать свои идеи и прислушиваться к их мнению, выстраивать эффективную систему мотивации и следить за тем, чтобы со стороны руководства не было навязчивого контроля. Потери в виде нереализованных возможностей сотрудников считаются одними из самых существенных, так как в творчестве людей заложены умения и возможности анализировать ситуации, а, следовательно, исключать потенциальные потери.

На анализе вышеперечисленных типов издержек основываются принципы Lean (бережливого производства), которые помогают максимально приблизить готовый продукт к ожиданиям потребителя:

А. Ценность. То, что имеет значение для потребителя при выборе продукта из всего многообразия предложений.

Б. Поток создания ценности. Создание карты процесса производства, из которого удаляются все циклы, не влияющие на ценность.

В. Создание рабочего потока. Формирование процесса производства продукта, максимально плавного, без «скачков».

Г. Вытягивание. Следование желаниям потребителя (оценка рынка и спроса, существующих трендов).

Д. Совершенство. Исключение всего «ненужного». Создание спроса.

Факторы, мешающие внедрять методы бережливого производства и наиболее распространенные ошибки руководства при внедрении системы бережливого производства: несмотря на весьма ощутимые выгоды и широкое распространение концепции, существует ряд проблем, приводящих к торможению на этапе внедрения бережливого производства, таких как сопротивление персонала; отсутствие содействия существующей системы управления проводимым изменениям; кризисные явления в экономике; неумение руководства объяснить сотрудникам выгоду от преобразований при внедрения системы.

Проанализировав информацию, содержащуюся в ряде источников [1-4] можно разделить проблемы внедрения бережливого производств на две группы: непосредственно связанные с внедрением инструментов (методов) бережливого производства, связанные с сопротивлением изменениям.

К первой группе проблем необходимо отнести следующие: неудобное для работников расположение инструментов, вызывающее лишние движения; ошибки в инструкциях, ведущие к поломкам и простоям оборудования; трудности в обеспечении рабочих мест необходимыми материалами; большая степень зависимости от одного поставщика, что может привести к потерям при сбоях в поставках; слабое взаимодействие сотрудников разных отделов;

Обозначенные проблемы обычно связаны, во-первых, с недостаточной теоретической подготовкой сотрудников разных уровней, во-вторых, с «оторванностью» руководителей от практики и мест создания ценности, в-третьих, с трудностями взаимодействия разных отделов. Важным аспектом здесь является и создание эталонных участков, их работа и оценка, а также анализ причин выявленных отклонений. При невозможности решить такого рода проблемы

существует большая доля вероятности, что концепция бережливого производства на предприятии будет свернута.

Вторая группа проблем характеризуется тем, что инструменты (методы) бережливого производства работают ненадлежащим образом или не работают ввиду того, что сотрудники препятствуют внедрению новой концепции. Главными ориентирами при внедрении бережливого производства должны стать культура, лидерство, вовлеченность, мотивация.

Для внедрения Lean существует ряд инструментов и одной из ключевых является система 5S (6S) – система организации и рационализации рабочего места (представлена на рис. 2).



Рис. 2. 5S система организации рабочего места

Система 5S (5 Steps) – 5 шагов, которые направлены на устранение большинства потерь: Вот эти шаги:

1. Сортировка. Стоит убирать некоторые инструменты, детали, оборудование, которые не пригодятся в течение месяца. Если есть предметы, которые лежат, занимают место, но совсем не нужны, их выбрасывают. Если что-то может пригодиться, это убирают на склад.

2. Соблюдение порядка. Все инструменты или детали должны лежать на определенном месте. Так получится быстро находить предмет, в тот момент, когда он срочно нужен. Это позволит снизить потери времени. На складе для этого используют зонирование и маркировку.

3. Содержание рабочего места в чистоте. Это особенно важно для производственного процесса, так как покрытое пылью и маслом оборудование быстро выходит из строя.

4. Стандартизация порядка. Чтобы добиться результата, первые три шага нужно периодически повторять. Можно сделать гайды и чек-листы для сотрудников, чтобы они не забывали о новых правилах.

5. Непрерывное совершенствование и самодисциплина. Чтобы сотрудники продолжали охотно наводить порядок на рабочем месте, такой подход стоит внедрять мягко и постепенно. Тогда сотрудники не будут саботировать процесс. Для мотивации можно использовать премирование или систему оценок.

Есть и более глубокий инструмент – 6S, у которого на один шаг больше. Этот шаг – создание привычки или соблюдение динамического порядка. Это означает, что в процессе работы необходимо постоянно поддерживать порядок: сортировать вещи, поддерживать чистоту и системность на складе или на рабочем месте в течение дня. То есть наводить порядок не после окончания рабочего дня, а в процессе работы.

При внедрении системы бережливого производства максимизируется прибыль предприятия за счет изменения культуры управления производством, системы взаимоотношений между различными уровнями и подразделениями предприятия, системы

ценностной ориентации сотрудников и их взаимоотношений а также позволит повысить следующие основные показатели предприятия общественного питания:

1. Устранение потерь: Lean-технология нацелена на устранение любых видов потерь, таких как потери времени, энергии и ресурсов. В общепите это может включать оптимизацию процесса приготовления блюд, устранение избыточного использования ингредиентов и минимизацию отходов пищи.

2. Снижение количества запасов и доставка продуктов на место непосредственно перед их использованием: Lean технология подразумевает доставку только необходимого количества продуктов и материалов в нужное время. В общепите это может означать заказ и доставку свежих продуктов только перед приготовлением блюд или обращение к местным поставщикам для получения свежих ингредиентов.

3. Рабочие места без отходов: Lean-технология ставит целью создание удобных и эффективных рабочих мест, где все необходимое всегда находится под рукой. В общепите это может означать организацию рабочих зон таким образом, чтобы все инструменты и ингредиенты были удобно доступны, при этом будет обеспечена минимизация передвижений для сбора необходимых вещей и использование систем хранения для оптимального использования пространства.

4. Участие персонала: Lean-технология активно включает персонал в процесс постоянного улучшения качества и эффективности. В общепите это может означать проведение тренингов для повышения навыков сотрудников, а также поощрение предложений и инициатив со стороны персонала, что позволит в конечном итоге улучшить качество обслуживания клиентов, будет способствовать предложению рациональных и качественных услуг, повысит производительность и эффективность работы, а также снизит затраты и отходы производства.

В целом внедрение системы Lean в общепите позволяет направить деятельность всех сотрудников на создание настроения гостя, как высшей ценности заведения, в котором он находится, без излишних потерь и с максимальной эффективностью. И это, в свою очередь, несомненно, положительно скажется на процветании всего бизнеса.

Список литературы

1. Lean-Система. Бережливое производство. Url: <https://www.src-master.ru/article25952.html> (дата обращения: 20.08.2024).
2. Вумек, Д. Бережливое производство: как избавиться от потерь и добиться процветания вашей компании / Джеймс Вумек, Дэниел Джонс; пер. с англ. – 12-е изд. – Москва: Альпина Паблишер, 2018. – 472 с.
3. Леваков, Олег Lean система (Бережливое производство) – URL: <https://www.src-master.ru/article25952.html> (дата обращения: 20.08.2024).
4. Диянова С.Н., Инновации в торговле и общественном питании / Диянова С.Н., Джум Т.А. [Электронный ресурс]: учебное пособие. М.: РусАльянс Сова, 2018. – 420 с.

УДК 338.2

Горнякова Дарья Александровна,
магистрант 2 курса, направление 38.04.02 «Менеджмент»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,
SPIN-код: 6082-6078
Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ФОРМИРОВАНИЕ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ С ПОМОЩЬЮ ИТ-ТЕХНОЛОГИЙ В БЬЮТИ-СЕРВИСЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *предприятие, менеджмент, управление проектами, эффективность, конкурентоспособность, инструменты, технологии, системы автоматизации, бьюти-сервис, клиенты*

АННОТАЦИЯ. *Статья посвящена организации работы предприятий в сфере бьюти-сервиса и повышению эффективности управления. Предлагается достичь этого за счет использования ИТ-технологий при формировании процессов для оптимизации деятельности в сфере организации управленческого и финансового учета услуг. Рассмотрены условия расширения услуг и роста клиентской базы. В современном мире, где скорость реакции на изменения в бизнесе и гибкость в управлении процессами играют ключевую роль, автоматизация моделирования бизнес-процессов становится необходимостью. Предложены возможные пути решения за счет приобретения программного обеспечения «1С-Рарус: Комильфо: Салон красоты», его преимущества и краткое описание функционала.*

Gornyakova Darya Alexandrovna,
2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,
SPIN code:6082-6078
Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

FORMATION OF BUSINESS PROCESSES USING IT TECHNOLOGIES IN A BEAUTY SERVICE

KEYWORDS: *enterprise, management, project management, efficiency, competitiveness, tools, technologies, automation systems, beauty service, customers.*

ANNOTATION. *The article is devoted to the organization of the work of enterprises in the field of beauty services and improving management efficiency. It is proposed to achieve this through the use of IT technologies in the formation of processes for optimizing activities in the field of management and financial accounting services. The conditions for the expansion of services and the growth of the customer base are considered. In today's world, where the speed of reaction to business changes and*

flexibility in process management play a key role, automation of business process modeling is becoming a necessity. Possible solutions are proposed by purchasing the IC-Rarus: Comme il Faut: Beauty Salon software, its advantages and a brief description of the functionality.

На сегодняшний день предприятия сферы бьюти-сервиса стали неотъемлемой частью жизни людей. Ни один человек не может представить себя без посещения парикмахера или мастера по маникюру. Салон красоты – это заведение, которое предоставляет косметические услуги для мужчин и женщин. Технология работы в салоне красоты включает предварительную запись клиента, встречу с ним, его обслуживание, привлечение к дальнейшим посещениям салона, предоставление различных бонусов постоянным клиентам и т.д.

Сегодня все больше предприятий в индустрии красоты внедряют автоматизированные системы управления взаимоотношениями с клиентами. Специализированное программное обеспечение помогает оптимизировать работу персонала и повысить уровень обслуживания. Внедрение такого ПО помогает адаптировать услуги салона под потребности клиентов. Анализ данных о поведении пользователей позволяет определить наиболее популярные процедуры и регулировать позиции в прайс-листе. Это также помогает оптимизировать расписание мастеров и повысить общую производительность. Еще одним преимуществом ПО станет разработка эффективных программ лояльности, например, бонусные баллы, пакет услуг со скидкой или денежный кэшбэк. Это поможет создать дополнительную мотивацию для посещений салона и увеличить жизненный цикл клиентов. Автоматизация позволит разгрузить персонал: с данной программой администратору больше не нужно будет составлять расписание вручную, а также рассылать клиентам напоминания о визитах.

Для автоматизации моделирования бизнес-процессов в салоне красоты можно использовать различные программные инструменты и платформы, специализирующиеся на управлении процессами. Выбор программы зависит от особенностей салона красоты, его бизнес-процессов, бюджета и потребностей. Необходимо рассмотреть программу «IC-Rarus: Комильфо: Салон красоты». Данная программа представляет собой активный инструмент маркетинга, контроля персонала, удержания постоянных и привлечения новых клиентов.

Основная решаемая задача программного комплекса – ведение базы клиентов, назначение для них визитов, оформление оказания услуг, продажи товаров, расчет заработной платы персонала. Ведется полный цикл взаиморасчетов с клиентом от момента записи до расчета за оказанные услуги. Ведется учет движения товаров и материалов по складам и ответственным лицам.

Главным преимуществом данной программы является финансовая прозрачность, ведь благодаря четкой структуре у руководителя будет наглядное представление, на что тратятся деньги, как они приходят, и сколько салон заработал в результате. Есть возможность увидеть понятный отчет: себестоимость услуг салона, налоги, арендная плата, оборачиваемость склада, схемы оплаты труда и мотивации для сотрудников.

Также, благодаря данному ПО, можно существенно облегчить работу со складом, ведь часто салоны терпят убытки из-за ошибок во время инвентаризации или нехватки расходных материалов. Данная программа позволяет контролировать остатки на складе, показывать отчёты по ним и автоматически составлять заявки поставщикам на нужные позиции, опираясь на потраченное количество материалов за прошедший месяц, популярность товаров и другие факторы. Это помогает руководителю отслеживать оборачиваемость склада и сокращать затраты на расходные материалы, избегая «мертвых» позиций.

Автоматизация позволяет повысить эффективность сотрудников и удержать клиентскую базу в салоне красоты. Эффективность мастеров повышается за счет объективной оценки каждого работника, на основании цифр, ведь «IC-Rarus: Комильфо: Салон красоты» рассчитывает мотивацию и заработную плату сотрудников на основе KPI, включающего выполнение плана по выручке и оценки за визиты. Например, можно проверить возвратность

клиента. Если один мастер имеет возвратность 8 %, а другие – 60 %, то, вероятно, стоит расстаться с первым. Еще одним фактором рейтинга мастеров является клиентская оценка. Система может предложить клиенту оценить визит по пятибалльной шкале с помощью sms-сообщения после визита.

Администратору приходится заниматься отменами и переносами записей, урегулированием конфликтов с недовольными клиентами. Все это входит в его обязанности. Однако форс-мажорные ситуации могут привести к потере денег, клиентов и репутации салона. Автоматизация помогает исключить ошибки, связанные с человеческим фактором. Для каждой записи настроены триггеры для клиента через различные каналы связи – sms, e-mail, push-сообщения или звонки администратора. Это включает подтверждение записи, напоминание о визите и оценку оказанных услуг. Такое активное взаимодействие с посетителями помогает снизить количество форс-мажорных ситуаций.

Внедрение и грамотная настройка автоматизации позволяют расширить горизонт планирования. Руководитель салона красоты теперь может оценить состояние бизнеса и качество работы мастеров в любой момент, находясь где угодно. Он может принимать решения на основе развёрнутых и безошибочных отчётов, корректировать бюджет и сокращать расходы на материалы. Когда рутинная и механическая работа, в которую руководителю приходится вникать, становится значительно меньше, появляется время для главного – планирования и развития.

Подводя итог, автоматизация бизнес-процессов имеет множество преимуществ, включая повышение эффективности работы предприятия, сокращение времени выполнения процессов и уменьшение количества ошибок, способствует улучшению качества услуг и повышению уровня удовлетворенности клиентов.

Однако автоматизация бизнес-процессов может иметь некоторые недостатки, например, высокая стоимость внедрения и поддержки программы. Также некоторые процессы могут быть слишком сложными для автоматизации или не иметь явного алгоритма выполнения, что затрудняет их автоматизацию. Однако современные технологии и развитие искусственного интеллекта позволяют создавать все более продвинутые системы автоматизации бизнес-процессов. В будущем можно ожидать распространения этой практики на предприятиях и развития новых инструментов и технологий для автоматизации процессов.

Таким образом, в данной статье показано, что использование информационной системы для автоматизации работы менеджера салона красоты (на примере использования программы «1С-Рарус: Комильфо: Салон красоты») позволяет значительно упростить деятельность предприятий, оказывающих услуги населению, и достичь нового уровня качества обслуживания клиентов. Для успешной реализации автоматизации необходимо правильно выбирать инструменты и технологии, учитывать специфику бизнес-процессов и обучать персонал использованию системы. При правильном подходе, автоматизация бизнес-процессов может значительно улучшить конкурентоспособность предприятия и привести к росту прибыли и удовлетворенности клиентов.

Список литературы

1. *Короткова, Н.Н.* Описание информационной системы салона красоты / Н.Н. Короткова, Н.С. Саранова. – Текст : электронный // NovaInfo. – 2016. – № 44. – С. 23-33. URL: <https://novainfo.ru/article/5565> (дата обращения: 23.06.2024 г.).
2. *Мусин, М.Х.* Автоматизация бизнес-процессов / М. Х. Мусин. – Текст : электронный // Молодой ученый. – 2023. – № 18 (465). – С. 16-17. URL: <https://moluch.ru/archive/465/102296/> (дата обращения: 23.06.2024 г.).
3. Описание программного продукта «1С-Рарус: Комильфо: Салон красоты». URL: <https://rarus.ru/clients/solutions/120837/> (дата обращения: 23.06.2024 г.).

4. Филиппов, М.В. Автоматизация бизнес-процессов в компании: решения и проблемы современного менеджмента / М.В.Филиппов. – Текст : электронный // Бизнес. Образование. Право. Вестник Волгоградского института бизнеса. – 2015. – № 4 (33). – С. 144-149

УДК 646.04

Зюбрева Инна Владимировна,

SPIN-код: 646.04

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Сервис»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

Научный руководитель, кандидат экономических наук,

доцент зав. кафедрой менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ФОРМИРОВАНИЕ И ПОДДЕРЖАНИЕ КОРПОРАТИВНОЙ КУЛЬТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ СЕРВИСА НЕДВИЖИМОСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *корпоративная культура, сфера недвижимости, профессионализм, формирование команды*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматривается важность корпоративной культуры для предприятий сферы сервиса недвижимости, а также принципы ее формирования и методы поддержания на протяжении времени.*

Zyubreva Inna Vladimirovna,

SPIN code 646.04

2st year student of the master's degree, the field of study «Service»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor, Head of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

FORMATION AND MAINTENANCE OF CORPORATE CULTURE REAL ESTATE SERVICE COMPANIES

KEYWORDS: *corporate culture, real estate, professionalism, teambuilding.*

ANNOTATION. *The article examines the importance of corporate culture for real estate service enterprises, as well as the principles of its formation and methods of maintaining it over time*

Актуальность темы определяется тем, что успешное функционирование предприятий сферы недвижимости напрямую зависит от профессионализма и эффективности сотрудников. Корпоративная культура в данной отрасли помогает установить прозрачные рабочие

процессы, повысить уровень обслуживания клиентов, сформировать единую команду, способную эффективно решать задачи в условиях жесткой конкуренции.

Корпоративная культура представляет собой один из ключевых факторов успеха любого предприятия, особенно в сфере сервиса недвижимости. Формирование и поддержание здоровой корпоративной культуры на предприятии является неотъемлемым элементом стратегии управления, способствуя созданию благоприятной атмосферы, повышению профессионализма сотрудников и укреплению деловых отношений. В данной статье рассматривается важность корпоративной культуры для предприятий сферы сервиса недвижимости, а также принципы ее формирования и методы поддержания на протяжении времени.

Целью данного исследования является изучение методов формирования и поддержания корпоративной культуры на предприятиях сферы сервиса недвижимости с целью выявления эффективных стратегий и практик, способствующих укреплению делового имиджа, повышению уровня профессионализма сотрудников, улучшению качества обслуживания клиентов и созданию благоприятной атмосферы в коллективе.

Основные составляющие корпоративной культуры предприятий сферы сервиса недвижимости могут включать в себя следующие аспекты:

Ценности и принципы. Ключевые ценности, на которых строится корпоративная культура, могут быть направлены на клиентоориентированность, профессионализм, честность, ответственность, инновации и качество обслуживания.

Коммуникация. Культура открытой коммуникации, взаимодействия и обратной связи способствует лучшему пониманию задач и целей компании сотрудниками, а также формирует доверительные отношения в коллективе.

Лидерство. Руководство предприятия играет важную роль в формировании и поддержании корпоративной культуры. Лидеры должны быть примером для сотрудников, выступать в качестве менторов и вдохновлять на достижение общих целей.

Развитие персонала. Поддержка развития сотрудников, обучение и повышение квалификации способствуют росту индивидуальной эффективности и уровня профессионализма международного. [1]

Роль корпоративной культуры в успешной деятельности предприятий сферы сервиса недвижимости заключается в следующем:

Мотивация сотрудников. Корпоративная культура способствует созданию мотивированной и эффективной команды, что положительно сказывается на выполнении задач и достижении целей.

Привлечение и удержание клиентов. Позитивная корпоративная культура может быть привлекательным элементом для клиентов, создавая у них уверенность в компании и привлекая новых заказчиков.

Укрепление делового имиджа. Сформированная корпоративная культура способствует созданию уникальной фирменной атмосферы и узнаваемости на рынке, что способствует укреплению делового имиджа предприятия.

Эффективная командная работа. Культура коллективного сотрудничества и взаимодействия способствует повышению эффективности работы коллектива, улучшению коммуникации и решению конфликтов внутри организации. [4]

Формирование корпоративной культуры на предприятиях сферы сервиса недвижимости имеет свои особенности, которые зависят от специфики данной отрасли.

Клиентоориентированность. В услугах недвижимости важно, чтобы сотрудники понимали ценности и потребности клиентов. Построение культуры, ориентированной на удовлетворение клиентов, способствует развитию долгосрочных отношений и успеху предприятия.

Профессионализм. В сфере недвижимости требуется высокий уровень знаний о рынке, юридических нормах, оценке недвижимости и других аспектах. Формирование культуры

профессионализма помогает поддерживать высокий стандарт обслуживания и доверие клиентов.

Этика и ответственность. Взаимоотношения с клиентами и партнерами в сфере недвижимости строятся на принципах этики и ответственности. Культура, основанная на честности и надежности, способствует укреплению репутации компании.

Инновации. Быстро меняющаяся индустрия недвижимости требует постоянного обновления и внедрения новых технологий и методов работы. Культура, способствующая инновациям и креативности, помогает компании оставаться конкурентоспособной.

Формирование команды. Успешная корпоративная культура в сфере недвижимости должна поддерживать командный дух, сотрудничество и взаимопомощь. Это способствует эффективной работе коллектива и достижению общих целей.

Обучение и развитие. Постоянное обучение и развитие сотрудников – ключевой элемент успешной корпоративной культуры в сфере недвижимости. Компания, которая инвестирует в развитие своих сотрудников, обеспечивает не только их рост, но и рост качества предоставляемых услуг. [5]

Помимо прочего, формирование корпоративной культуры на предприятии сферы сервиса недвижимости играет ключевую роль в обеспечении успешного функционирования и развития компании. Для этого могут быть использованы различные методы, направленные на создание общих ценностей, установление особых традиций и укрепление внутренней коммуникации. Вот несколько методов, которые могут быть применены для формирования корпоративной культуры на предприятиях сферы сервиса недвижимости:

Участие руководства. Сильная корпоративная культура начинается сверху. Руководство предприятия должно демонстрировать примерное поведение, соответствующее ценностям компании. Это может включать в себя регулярное общение с сотрудниками, участие в мероприятиях и признание достижений.

Установление ценностей и целей. Определение и коммуникация общих ценностей компании помогает создать единство и понимание среди сотрудников. Цели и связанные с ними ценности должны быть четко сформулированы и продвигаться как основа корпоративной культуры.

Обучение и развитие. Инвестирование в обучение и развитие сотрудников способствует формированию профессиональной и ответственной рабочей среды. Предоставление возможностей для повышения квалификации и развития навыков помогает повысить уровень профессионализма на предприятии.

Вовлечение сотрудников. Стимулирование участия сотрудников в процессах принятия решений, развития и реализации проектов способствует формированию чувства принадлежности и ответственности за результаты. Конструктивный диалог и обратная связь также играют важную роль в формировании корпоративной культуры.

Поддержка и признание. Поощрение и признание достижений сотрудников способствует укреплению мотивации и повышению уровня удовлетворенности на работе. Это помогает создать положительную атмосферу в коллективе и укрепляет связи между сотрудниками.

Создание традиций и общих мероприятий. Организация общих мероприятий, праздников, корпоративных форумов и других мероприятий способствует укреплению командного духа и формированию общности сотрудников. Такие мероприятия могут стать особыми традициями, которые связывают коллектив. [3]

Поддержание корпоративной культуры на предприятиях сферы сервиса недвижимости играет важнейшую роль в формировании единого коллективного духа, укреплении команды и обеспечении успешного функционирования бизнеса. Корпоративная культура – это набор ценностей, убеждений, традиций, общих правил и принципов, которые определяют образ действий и взаимодействия сотрудников внутри компании.

Для поддержания корпоративной культуры на предприятиях сферы сервиса недвижимости необходимо активно работать над следующими аспектами:

Коммуникация. Регулярное и открытое общение с сотрудниками играет ключевую роль в поддержании корпоративной культуры. Руководство должно быть доступным для общения, принимать обратную связь, давать информацию о стратегических планах компании и стимулировать диалог.

Укрепление команды. Организация совместных мероприятий, корпоративных праздников, командных тренингов и конкурсов способствует укреплению внутренних связей, развитию доверия и сотрудничества между сотрудниками.

Управление изменениями. Важно обеспечивать понимание и поддержку сотрудников во время изменений в компании, объяснять цели и причины изменений, обеспечивать поддержку и участие персонала в процессах изменения.

Поддержание и развитие корпоративной культуры требует постоянного внимания и усилий руководства и всего коллектива. Хорошо выстроенная корпоративная культура помогает укрепить имидж компании, привлечь и удержать талантливых специалистов, а также повысить эффективность и результативность деятельности предприятия.

Вывод. Формирование и поддержание корпоративной культуры на предприятиях сферы сервиса недвижимости является ключевым аспектом успешной деятельности компании. Укрепление единства коллектива, стимулирование эффективного взаимодействия сотрудников, развитие профессионализма и мотивации персонала – это основные цели, которые достигаются через создание здоровой и поддерживающей рабочей атмосферы.

Регулярная коммуникация, обучение и развитие, забота о сотрудниках, укрепление команды, признание достижений и управление изменениями – все эти меры способствуют формированию уникальной корпоративной культуры, которая поддерживает ценности и цели компании, а также способствует повышению результативности и конкурентоспособности предприятия.

Список литературы

1. Колесников, А. В. Корпоративная культура : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесников. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 78-93 с.
2. Николенко, П. Г. Организация гостиничного дела : учебник для вузов / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Ключева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 226 с.
3. Николенко, П. Г. Гостиничная индустрия : учебник и практикум для среднего профессионального образования / П. Г. Николенко, Е. А. Шамин, Ю. С. Ключева. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 19-22 с.
4. Смирнова, Е. Г. Организационная культура : учебник и практикум для вузов / В. Г. Смирнова [и др.] ; под редакцией В. Г. Смирновой. – Москва : Издательство Юрайт, 2024. – 268-269с.

УДК 338.2

Калинина Елена Васильевна,

магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИТ ДЛЯ ПРОЕКТИРОВАНИЯ И АНАЛИЗА БИЗНЕС- АРХИТЕКТУРЫ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *предприятие, управление, проектирование, образовательный сервис, бизнес-архитектура.*

АННОТАЦИЯ. *В статье предлагается возможный путь улучшения деятельности предприятий в сфере образовательного сервиса. Рассматривается процессно-ориентированная автоматизация их процессов. Обосновано использование ИТ для проектирования и анализа их бизнес-архитектуры.*

Kalinina Elena Vasilyevna,

2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

USING IT TO DESIGN AND ANALYZE THE BUSINESS ARCHITECTURE OF ENTERPRISES IN THE FIELD OF EDUCATIONAL SERVICES

KEYWORDS: *enterprise, management, design, educational service, business architecture.*

ANNOTATION. *The article suggests a possible way to improve the activities of enterprises in the field of educational services. The process-oriented automation of their processes is considered. The use of IT for the design and analysis of their business architecture is justified.*

В настоящее время вся образовательная деятельность бюджетных организаций, предоставляющих услуги образовательного сервиса в нашей стране регламентирована локальными нормативными актами. Все локальные акты имеют основания для разработки, которыми считаются различные статьи Трудового, Гражданского кодекса, Постановления Правительства, Сан Пин, приказы Минобрнауки России, Письма Федерального агентства по образованию, имеющие юридическую силу. В свою очередь нормативная локальная база документов может быть разделена на: акты связанные с правами и обязанностями участников образовательного процесса, акты регламентирующие организацию образовательной

деятельности, акты регламентирующие деятельность органов общественного самоуправления, акты по работе со школьной документацией, акты регламентирующие методическую работу педагогов и исследовательскую деятельность обучающихся, акты внутришкольного контроля и оценки качества образования, акты устанавливающие статус структурных подразделений организации, а также акты регламентирующие доступ в сеть Интернет и регламенты по хозяйственной деятельности [1].

Таким образом, мы видим, что деятельность образовательных организаций строго и достаточно жестко регламентирована, так как сферой ответственности организации является не только механизм воспитательно-образовательной деятельности, но также жизнь и здоровье молодого поколения. У самой образовательной организации имеется пакет документов, созданных на основе Федеральных законов, законов Санкт-Петербурга и постановлений и приказов Санкт-Петербурга и иных органов управления [2].

Традиционно бюджетные образовательные организации имеют сложившуюся, жестко регламентированную структуру организации и она имеет строгую иерархическую модель, которая связана с функциональным подходом в управленческом менеджменте. Поэтому анализ и систематизация структуры организации внутри с одной стороны и необходимость соответствия современным реалиям с другой, а именно с введением международного стандарта ISO 9001 : 2015 «Системы менеджмента качества», создают необходимость актуализации вопросов процессного подхода в ОУ [3].

Введение процессного подхода в образовательных учреждениях может сделать более дифференцированным и более эффективным вопросы создания стратегий развития организации в целом, решить вопросы личностного или клиентоориентированного подхода при решении задач образовательного процесса, увеличить скорость принятия решений не только по иерархической цепи взаимодействия, но и увеличить горизонтальные связи между отдельными структурами организации. Использование функционального подхода в образовательной организации делает пункты указанные выше формальными и мало контролируемыми. Кроме того, создание модели образовательного учреждения соответствующим международному стандарту ISO 9001 : 2015, позволит ОО принимать участие в тендерах и конкурсах, получать налоговые льготы [4].

Таким образом, решая вопрос по подбору программного обеспечения по процессному подходу, мы должны учитывать основные особенности бюджетных организаций, к которым можно отнести:

- жёсткую иерархичность структуры управления и её регламентированность;
- отсутствие специалистов по внедрению процессного подхода и понимания его необходимости;
- отсутствие понимания и формальная заинтересованность в производстве продукта / услуги ОУ;
- отсутствие корректной базы изучения запроса на получение услуги / продукта;
- не однородность интерпретации полученных результатов услуги / продукта;
- простота оформления (не большая сложность);
- низкая стоимость программного обеспечения.

Поэтому можно говорить, что основной целью при решении данных проблем, может быть подбор и внедрение наиболее подходящей программы или программного обеспечения. Которое должно решать вопросы анализа желаний заказчика получающих услуги, возможность прозрачного анализа полученных результатов в процессе создания продукта и решения задач, связанных с сопровождением процесса обучения в ключе процессного подхода.

При этом желательно, чтобы программный комплекс был отечественный, чтобы можно было использовать его в качестве импортозамещения.

Изучив рынок продуктов по внедрению программного обеспечения процессного подхода, мы остановили свое внимание на российском программном продукте, разработанном компанией ООО «АСПРАСОФТ» [5] (рис.1).

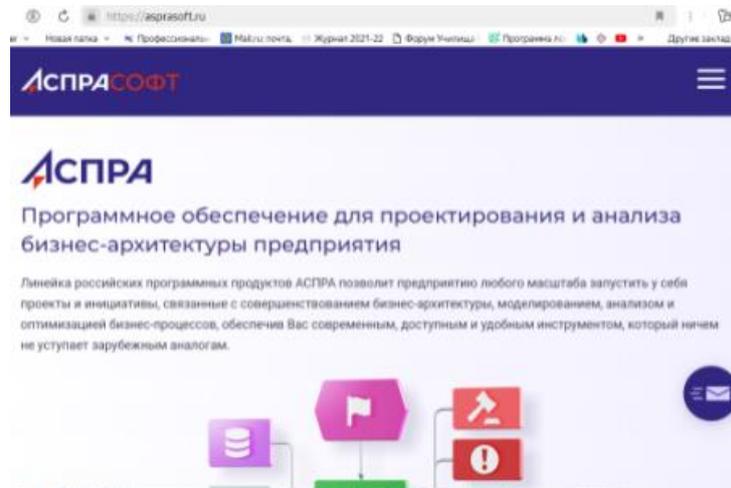


Рис. 1. Фрагмент интерфейса АСПРА

Линейка российских программных продуктов АСПРА позволяет предприятию любого масштаба запустить у себя проекты и инициативы, связанные с совершенствованием бизнес-архитектуры, моделированием, анализом и оптимизацией бизнес-процессов, обеспечив современным, доступным и удобным инструментом, который ничем не уступает зарубежным аналогам.

АСПРА имеет линейку продуктов, из которых в свободном доступе продукт Астарт, который позволяет создавать схемы в понятном интерфейсе, на русском языке, выбирая подходящие структуры и создавая последовательности действий, все это делается в браузере в рабочем окне, на русском языке интерфейса (рис. 2).

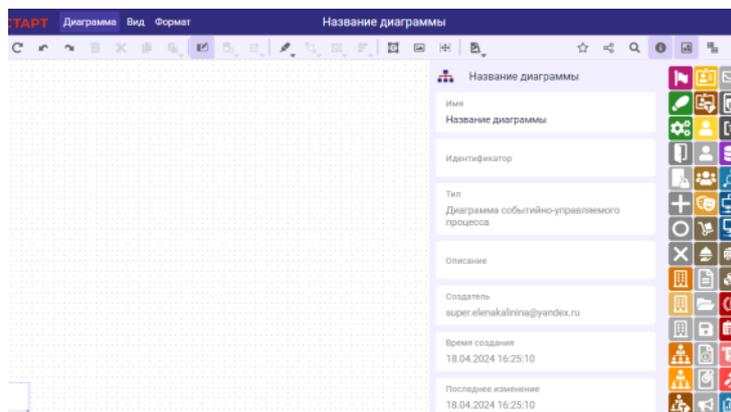


Рис. 2. Фрагмент интерфейса Астарт

Выбирая необходимое действие можно выбирать вид диаграммы, оформление, можно видеть созданные диаграммы ранее, также уже созданные и скачанные документы. Пробная версия бесплатна один месяц, далее можно продолжить работу оплачивая услуги по стоимости 1 месяц – 100 рублей, с удлинением срока подписки, стоимость уменьшается. Имеется возможность коллективного использования программы (рис. 3).

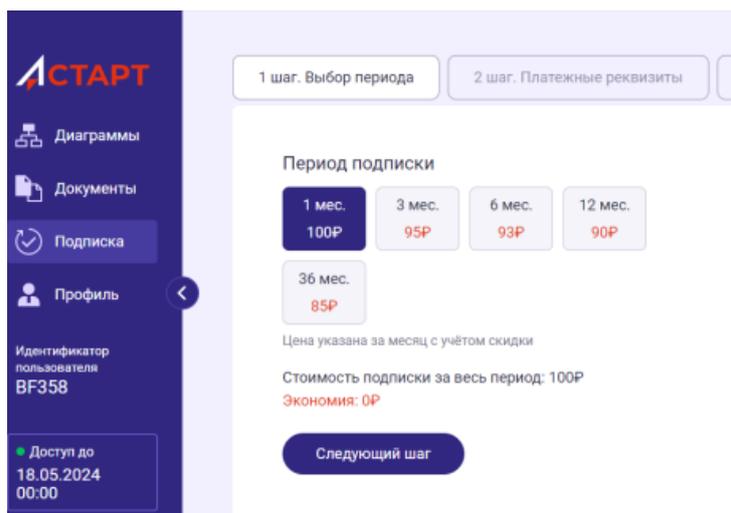


Рис. 3. Фрагмент интерфейса Астарт

В закладках сайта владельца ПО, есть подробная инструкция по возможностям данного программного обеспечения, есть простая видео инструкция и видео с рекомендациями по работе в программе (рис. 4).

Данное программное обеспечение лицензировано в Роспатенте. Полезным может быть для начинающих использование ПО, возможность перейти по ссылке к Партнеру данного ПО.

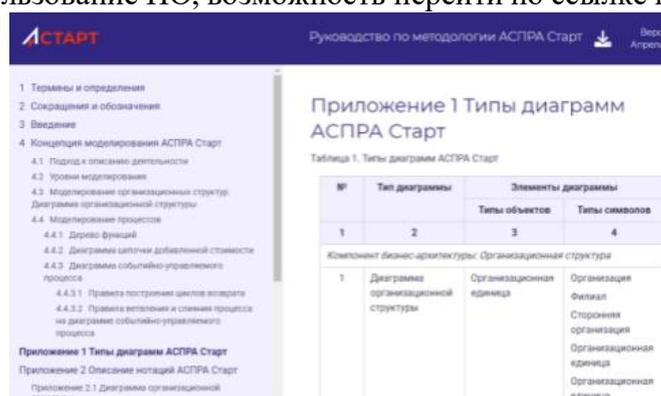


Рис. 4. Фрагмент инструкции Астарт

Также можно пройти бесплатное обучение или за плату более углубленное на другой платформе программного обеспечения (рис. 5).

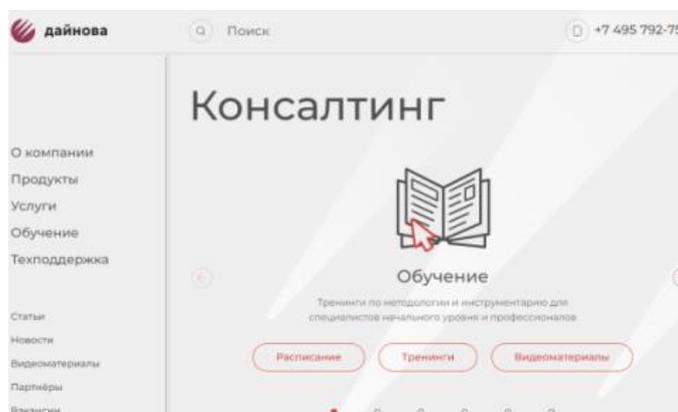


Рис. 5. Оферта по обучению

Таким образом, из всего изложенного выше, можно сделать следующие выводы:

– на современном этапе становления системы соответствия стандарту ISO 9001 : 2015, есть программное обеспечение российского производства, доступное по цене, по возможностям использования и внедрения – пригодно для импортозамещения (!);

– в организациях имеющих строгую регламентацию и иерархию, внедрение процессного подхода возможно и доступно;

– возможно обучение, самообучение программному обеспечению АСПРА, а так же при помощи этого ПО возможна совместная работа с коллективом работников;

– при использовании данного ПО, может появиться возможность дальнейшего развития процессного подхода и клиентоцентрированного принципа с появлением более сложных программных продуктов линейки АСПРА.

При всей внешней сложности перехода на процессный подход в моделировании управленческих или менеджерских задач в бюджетных образовательных организациях этот процесс решаем российскими программными продуктами и не требует больших затрат ни на обучение, ни на приобретение ПО.

Список литературы

1. Комитет по образованию Правительство Санкт-Петербурга, Документы. Url: <https://k-obr.spb.ru/dokumenty/> (дата обращения: 18.08.2024).
2. Комитет по образованию Правительство Санкт-Петербурга, Административные регламенты. Url: <https://k-obr.spb.ru/dokumenty/administrativnyye-reglamenty-komiteta-po-obrazovanuyu/> (дата обращения: 18.08.2024).
3. ISO 9001:2015. Url: https://ntp-ts.ru/upload/iblock/b0d/standart-iso-9001_2015.pdf (дата обращения: 18.08.2024).
4. ГОСТ Р ИСО 9001-2015, Порядок оформления, Url: <https://www.ecert.ru/sm/sertificat-iso-9001/> (дата обращения: 18.08.2024).
5. Программное обеспечение для проектирования и анализа бизнес-архитектуры предприятия «АСПРА». Url: <https://asprsoft.ru/> (дата обращения: 18.08.2024).

УДК 338.2

Овчинникова Наталия Евгеньевна,

магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент

Херсонский государственный педагогический университет, Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ПРИМЕНЕНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ТРЕБОВАНИЙ К КАЧЕСТВУ И ИТ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *система, менеджмент качества, предприятие, образовательный сервис, специфика.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматривается применение современных требований к качеству на предприятии в сфере образовательного сервиса. Изучается специфика использования ISO 9001 : 2015. Предлагается использование QMS Manager для поддержки внедрения СМК в образовательном центре*

Ovchinnikova Natalia Evgenievna,

2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

THE APPLICATION OF MODERN REQUIREMENTS FOR QUALITY AND IT AT THE ENTERPRISE IN THE FIELD OF EDUCATIONAL SERVICES

KEYWORDS: *system, quality management, enterprise, educational service, specifics.*

ANNOTATION. *The article examines the application of modern quality requirements at the enterprise in the field of educational services. The specifics of using ISO 9001:2015 are being studied. It is suggested to use QMS Manager to support the implementation of QMS at the educational center.*

Стандарт ISO 9001 : 2015 является международным стандартом, касающимся систем менеджмента качества (СМК) [1]. Он устанавливает требования к СМК, которые организация может использовать для улучшения своей способности постоянно предоставлять товары (продукцию, работы и услуги), соответствующие требованиям заказчика и применимым законодательным и нормативным требованиям. Главные принципы СМК по указанному стандарту включают: ориентацию на клиента, лидерство, вовлечение сотрудников, подход к процессам, подход к управлению взаимоотношениями, непрерывное улучшение, фактический подход к принятию решений, взаимовыгодные отношения с поставщиками. ISO 9001 : 2015 является основной основой для сертификации систем менеджмента качества и широко используется всем мире для обеспечения качества продукции и улучшения бизнес-процессов. В сфере образования СМК, соответствующая данному стандарту, может быть реализована, например, в учебном заведении, где осуществляется обучение студентов, т.е. предоставляется образовательный сервис. Администрация такого учебного заведения может использовать ISO 9001 : 2015 как основу для улучшения процессов обучения, контроля качества образовательных программ, а также повышения уровня удовлетворенности студентов и их успешной подготовки к будущей карьере. Реализация системы менеджмента качества в образовании может способствовать более эффективному управлению учебным процессом, повышению профессионализма педагогического персонала и обеспечению стабильного качества образовательных услуг.

Это обусловило необходимость внедрения СМК по ISO 9001 : 2015 в образовательном центре, в котором осуществляется деятельность автора данной статьи, что позволит произвести следующее:

– Улучшение образовательных процессов: определение и управление ключевыми процессами обучения и учебной деятельности, повышение эффективности преподавания и учебных методик, а также оценка качества образовательных программ.

– Повышение уровня удовлетворенности студентов: разработка механизмов обратной связи от студентов и их участие в улучшении образовательного процесса, анализ потребностей студентов и реакция на них.

– Улучшение управления образовательным центром: внедрение систем управления рисками, эффективное распределение ресурсов, улучшение коммуникации и взаимодействия в образовательном процессе.

– Повышение квалификации педагогического персонала: процессы обучения и развития педагогических кадров, внедрение методов оценки профессиональной компетентности преподавателей.

– Обеспечение стабильного и высокого уровня образовательных услуг: управление качеством образования, стандартизация процессов, анализ и улучшение результатов обучения.

– Реализация системы менеджмента качества поможет образовательному центру достичь эффективности, превосходства и стабильности в своей деятельности, что в конечном итоге приведет к повышению качества образования и удовлетворенности всех его участников.

При реализации системы менеджмента качества по стандарту ISO 9001 : 2015 в образовательном центре необходимо учитывать следующее:

– Полное внедрение и понимание требований стандарта: обеспечить, чтобы все сотрудники образовательного центра были полностью ознакомлены с требованиями стандарта ISO 9001 : 2015 и понимали, какие изменения и улучшения нужно внести в рабочие процессы.

– Активное участие руководства: важно, чтобы руководство образовательного центра выразило свою поддержку и активно участвовало в процессе внедрения и поддержания системы менеджмента качества.

– Обучение персонала: организовать обучение для сотрудников в области системы менеджмента качества, чтобы все причастные лица понимали свои обязанности и роль в обеспечении качества.

– Установление процедур контроля и улучшения: разработать и внедрить процедуры контроля качества и механизмы постоянного улучшения процессов повсюду в образовательном центре.

– Системный подход: система менеджмента качества интегрирована во все аспекты деятельности образовательного центра.

– Эффективная реализация этих мер позволит успешно внедрить систему менеджмента качества, повысив уровень образовательных услуг.

Для реализации системы менеджмента качества согласно ISO 9001 : 2015 в образовательном центре можно выбрать такой программный комплекс как QMS Manager (который будет помогать осуществить электронную поддержку внедряемой системы) [2]. Он предлагает комплексный подход к управлению качеством и соответствуют требованиям указанного стандарта.

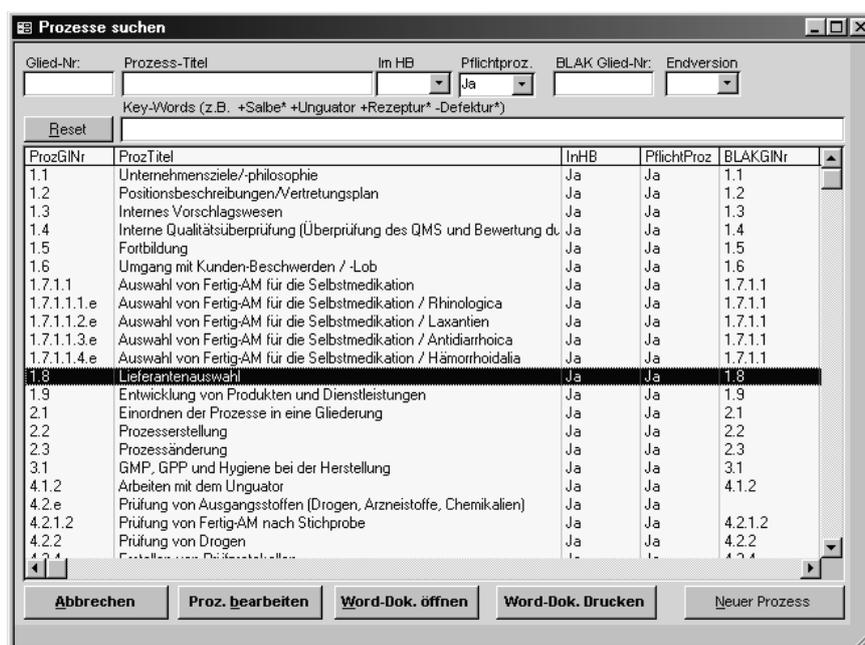


Рис. 1. Фрагмент интерфейса программы QMS Manager

QMS Manager (фрагмент интерфейса приведен на рисунке 1, с оригинального сайта, предполагается и русификатор) предоставляет возможности для создания и управления документацией, анализа процессов, отслеживания несоответствий, планирования аудитов и многое другое. Важно выбирать программный комплекс, который обеспечивает прозрачность и эффективность процессов управления качеством. QMS Manager предлагает преимущества для реализации системы менеджмента качества на основе ISO 9001 : 2015 в образовательном центре:

- Комплексный подход: предоставляется широкий спектр инструментов, которые позволяют фиксировать, отслеживать и улучшать процессы управления качеством, включая документацию, аудиты, анализ процессов и т.д.

- Удобство использования: интуитивно понятный интерфейс, что делает QMS Manager доступными для использования сотрудниками образовательного центра без специальной подготовки.

- Соответствие стандартам: программа разработана с учетом требований стандарта ISO 9001 : 2015, что обеспечивает соответствие международным стандартам управления качеством.

- Гибкость настройки: QMS Manager позволяет настраивать процессы управления качеством с учетом специфики образовательного центра, что повышает эффективность системы менеджмента качества.

Программный комплекс QMS Manager предназначен для реализации системы менеджмента качества. Он предлагает широкий функционал, который включает в себя следующие возможности:

- Управление документами: система позволяет эффективно создавать, редактировать, утверждать и распространять документацию по системе менеджмента качества.

- Управление процессами: программа помогает оптимизировать бизнес-процессы, автоматизируя их выполнение, контролируя сроки и уведомляя о задержках.

- Мониторинг и анализ: система предоставляет инструменты для сбора, анализа и отображения информации о ходе выполнения процессов, состоянии оборудования и многих других параметрах.

- Управление рисками: пользователь может проводить анализ рисков, разрабатывать и внедрять меры по их снижению.

- Автоматизация задач: предлагается возможность автоматизировать рутинные операции и задачи, упрощая работу персонала.

- Отчётность и аналитика: формируются отчеты и аналитические данные для принятия управленческих решений и отслеживания процессов.

Эти функции QMS Manager помогают указанному образовательному центру повысить эффективность управления качеством продукции и услуг, улучшить контроль за бизнес-процессами и обеспечить соответствие требованиям ISO 9001 : 2015 и других критериев качества. Стоимость программного продукта QMS Manager может варьироваться в зависимости от объема функциональности, количества лицензий и условий использования. Одним из способов компенсации расходов на программу и обучение специалистов может являться улучшение процессов управления качеством, что в свою очередь может привести к сокращению жалоб, повышению эффективности работы, снижению издержек и увеличению конкурентоспособности образовательных услуг. Это приведет к росту прибыли образовательного центра или увеличению доли рынка, что скомпенсирует начальные затраты. Также стоит учитывать, что обучение сотрудников в использовании нового программного продукта может улучшить их производительность и квалификацию, что, в свою очередь, также может привести к экономии времени и ресурсов, а также повышению качества оказываемых услуг. В целом вложения в программный продукт и обучение персонала может окупиться за счет улучшения процессов, сокращения издержек и увеличения эффективности работы предприятия. В образовательном центре, в котором любой процесс автоматизирован,

преподавали и обучающиеся пойдут с гораздо большим желанием. Ведь это не только удобство и оперативность решения любого вопроса, но и рационализация всех учебных процессов, работа и обучение с максимально полезным распределением времени.

Список литературы

1. ISO 9001 : 2015. Url: <https://www.iso.org/ru/standard/62085.html> (дата обращения 21.03.2023).
2. QMS Manager. Url: <https://qms-manager.de/hb/handbuch.htm> (дата обращения 21.03.2023).

УДК 379.8.091

Азимова Шахло Таировна,

Базовый докторант

Научно-исследовательского института развития туризма
при Комитете Туризма Республики Узбекистан

azimovashahlo@mail.ru

ТЕЗИС ПО ИТОГАМ ОНЛАЙН ОПРОСА «ИНКЛЮЗИВНОСТЬ В СЕКТОРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА УЗБЕКИСТАНА: ВЗГЛЯДЫ РУКОВОДСТВА ОТЕЛЕЙ»

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *гостиничный сектор Узбекистана, практика инклюзивности, гендерное равенство, лица с инвалидностью, доступность информации и инфраструктуры, гостиничный менеджмент*

АННОТАЦИЯ. *В данном тезисе представлен тщательный анализ онлайн-опроса, направленного на оценку текущего состояния практики инклюзивности в секторе гостеприимства Узбекистана. Результаты опроса свидетельствуют о значительном прогрессе в секторе, но также указывают на сохраняющиеся проблемы, такие как скрытые гендерные предубеждения, недостаточная поддержка сотрудников с инвалидностью и ограниченная доступность информации, предоставляемой гостям. В соответствии с выводами тезиса автором предлагаются рекомендации, такие как, целенаправленное обучение, улучшение инфраструктуры и расширение инициатив по обеспечению инклюзивности.*

Azimova Shakhlo Tairovna,

Basic Doctoral

Scientific Research Institute for Tourism Development
under the Committee of Tourism of the Republic of Uzbekistan

azimovashahlo@mail.ru

THESES BASED ON THE RESULTS OF THE ONLINE SURVEY «INCLUSIVITY IN THE HOSPITALITY SECTOR OF UZBEKISTAN: THE VIEWS OF THE HOTEL MANAGEMENT»

KEYWORDS: *the hotel sector of Uzbekistan, the practice of inclusivity, gender equality, persons with disabilities, accessibility of information and infrastructure, hotel management*

ANNOTATION. *This thesis presents a thorough analysis of an online survey aimed at assessing the current state of inclusivity practices in the hospitality sector of Uzbekistan. The survey results indicate*

significant progress in the sector, but also point to persistent problems such as hidden gender biases, insufficient support for staff with disabilities, and limited availability of information provided to guests. In accordance with the conclusions of the thesis, the author offers recommendations such as targeted training, improving infrastructure and expanding initiatives to ensure inclusivity

Актуальность исследования определяется тем, что сектор гостеприимства в Узбекистане сталкивается с растущим спросом на инклюзивность. Но несмотря на достигнутый прогресс, сохраняются определённые проблемы, решение которых имеет важное значение для создания конкурентоспособной, инклюзивной индустрии гостеприимства, соответствующей мировым тенденциям и международным нормам, таким как Конвенция ООН о правах инвалидов.

Сектор гостеприимства в Узбекистане, как и во многих других странах, играет решающую роль в национальной экономике. По мере роста туризма растёт спрос на инклюзивность в секторе, обеспечивающую равные возможности как для сотрудников, так и для гостей, независимо от пола, физических возможностей или других личностных характеристик. В свете вышесказанного швейцарский проект «Поддержка реформ профессионального образования в Узбекистане» (VET4UZ), финансируемый Швейцарским агентством по развитию и сотрудничеству (SDC) и реализуемый Helvetas Uzbekistan, в сотрудничестве с Ассоциацией отельеров Узбекистана провёл всесторонний онлайн-опрос в ноябре и декабре 2023 года.¹

Целью опроса было оценить текущее состояние практики инклюзивности в индустрии гостеприимства, уделив особое внимание гендерному равенству, интеграции людей с инвалидностью в качестве сотрудников, доступности гостиничной инфраструктуры и информации для гостей, и общей инклюзивности гостиничной среды. В настоящем тезисе представлены ключевые результаты данного онлайн-опроса, направленного на понимание текущего состояния инклюзивности в индустрии гостеприимства Узбекистана с точки зрения гостиничного менеджмента.

Исследование выявило несколько серьёзных проблем, препятствующих развитию инклюзивности в гостиничном секторе Узбекистана. Несмотря на общее признание его важности, такие распространённые проблемы, как скрытая гендерная предвзятость, недостаточная поддержка сотрудников с инвалидностью и ограниченный доступ к необходимой информации, по-прежнему препятствуют созданию по-настоящему инклюзивной среды как для персонала, так и для гостей.

В ответ на эти вызовы сектор предпринял различные инициативы, такие как модификация гостиничной инфраструктуры для лучшего размещения гостей с инвалидностью и предоставление сотрудникам возможностей для профессионального развития. Кроме того, Правительство Узбекистана приняло правовые меры, включая Постановление Президента Республики Узбекистан «О мерах по развитию инфраструктуры безбарьерного туризма и его стимулированию в Республике Узбекистан», направленные на содействие инклюзивности в индустрии туризма и гостеприимства.² Также важно отметить, что Республика Узбекистан ратифицировала Конвенцию Организации Объединённых Наций о правах инвалидов (КПИ) в 2021 году,³ подчеркнув свою приверженность поощрению прав и интеграции лиц с инвалидностью во все сферы жизни, включая туризм. В этом свете также важно отметить Закон Республики Узбекистан «О правах лиц с инвалидностью», который обеспечивает

¹ Отчёт по итогам онлайн опроса «Инклюзивность в секторе гостеприимства Узбекистана: взгляды руководства отелей», Швейцарский проект «Поддержка реформ профессионального образования в Узбекистане», 2023.

² Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-20 «О мерах по развитию инфраструктуры безбарьерного туризма и его стимулированию в Республике Узбекистан», г. Ташкент, 12 января 2024 г.

³ Конвенция о правах инвалидов принята резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи от 13 декабря 2006 года Статус на 09.02.2024: <https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=IV-15&chapter=4&clang=en>

защиту прав лиц с инвалидностью включая уважение их достоинства, самостоятельности и свободы выбора; недискриминацию по признаку инвалидности; равные возможности в осуществлении прав человека; обеспечение доступности объектов и услуг; и содействие их полноценному участию в общественных и государственных делах.⁴

Однако, непоследовательное применение нормативных актов ставит под угрозу эффективность данных инициатив, поскольку некоторые отели могут сталкиваться с трудностями при соблюдении требуемых стандартов. Финансовые ограничения и отсутствие поддержки со стороны владельцев отелей являются дополнительными препятствиями, поскольку реализация комплексных мер по обеспечению инклюзивности часто требует значительных инвестиций. Конкурентное давление в индустрии гостеприимства также может привести к принятию мер по сокращению расходов, которые подрывают усилия по обеспечению инклюзивности. Кроме того, существует риск негативной реакции на инклюзивную практику в этом секторе, особенно в консервативном культурном контексте, что может вызвать сопротивление как внутри организаций, так и со стороны более широкого общества. Таким образом, несмотря на все усилия сектора, исследование показывает, что для эффективного решения сохраняющихся проблем требуются более целенаправленные действия.

3.1. Гендерное равенство в гостиничном секторе.

Опрос показал, что 95% руководителей отелей считают, что их заведения предоставляют равные возможности для сотрудников мужского и женского пола. Однако 4% не были уверены, а 2% прямо заявили, что их отели не обеспечивают такого равенства, что указывает на проблемы, связанные с гендерным равенством, которые могут быть не до конца осознаны.

Полученные данные свидетельствуют о том, что сохраняются скрытые предубеждения и стереотипы, особенно в отношении женщин, занимающих руководящие должности, и мужчин, играющих доминирующую роль. Большинство респондентов (71%) не признали эти гендерные стереотипы, возможно, из-за недостаточной осведомленности или нормализации, в то время как 8% признали их, подчеркнув необходимость дальнейшего изучения и целенаправленных вмешательств для устранения гендерного неравенства.

Также, в то время как 67% респондентов считают, что существуют равные возможности для обучения и профессионального развития, 14% с этим не согласились, указав на препятствия для профессионального роста женщин в секторе. Неуверенность, выраженная 19% респондентов, подчеркивает необходимость создания более прозрачных и доступных возможностей профессионального развития.

3.2. Инклюзивность для работников с инвалидностью.

Исследование показало, что только в 5,7% отелей работают люди с инвалидностью, что указывает на серьезные проблемы с обеспечением инклюзивности рабочей силы. Такой низкий уровень занятости свидетельствует о системных препятствиях, таких как недостаточная осведомленность о преимуществах инклюзивного найма, неадекватная адаптация на рабочем месте или недостаточные нормативные стимулы.

Что касается доступности рабочих мест, включая такие необходимые удобства, как лифты, пандусы и ванные комнаты, 94% менеджеров отелей не ответили. Только 5% подтвердили, что их рабочие места были полностью доступны, в то время как 1% указали, что это не так. Отсутствие ответов свидетельствует о возможном нежелании или недостаточной осведомленности о проблемах доступности, а ограниченное количество положительных ответов указывает на то, что меры по обеспечению доступности еще не получили широкого распространения.

Значительное большинство (94,3%) менеджеров отелей не предоставили информацию о том, предлагают ли их отели специализированную поддержку сотрудникам с

⁴ Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-641 «О правах лиц с инвалидностью», г.Ташкент, 15 октября 2020 г.

инвалидностью. Только 5,3% подтвердили наличие такой поддержки, а 0,4% заявили, что такой поддержки не существует. Это указывает на то, что поддержка сотрудников с инвалидностью не является широко распространенной, подчеркивая критический пробел, который требует целевых программ и стратегий для повышения инклюзивности.

3.3. Доступность гостиничной инфраструктуры и информации.

Большинство респондентов (91%) заявили, что их гостиничные номера и общественные зоны оборудованы для гостей с ограниченными физическими возможностями, что отражает стремление к обеспечению физической доступности. Однако 9% не сделали таких заявлений, подчеркнув необходимость постоянных усилий по обеспечению соответствия всех отелей необходимым стандартам доступности.

Опрос выявил существенную проблему с доступностью информации, поскольку 57% респондентов считают, что их информация доступна для гостей с инвалидностью, в то время как 43% с этим не согласны. Это несоответствие показывает, что во многих отелях отсутствуют инструменты и ресурсы, необходимые для обеспечения полного доступа к информации, особенно для гостей с нарушениями зрения.

Опрос показал, что 63% отелей предоставляют гостям с инвалидностью возможность оставлять отзывы, в то время как 37% этого не делают. Этот пробел говорит о том, что многие отели упускают ценную информацию, которая могла бы улучшить их услуги для гостей с инвалидностью, что указывает на необходимость создания более инклюзивных механизмов обратной связи.

4. Обсуждение и выводы.

Результаты опроса подчеркивают значительный прогресс, достигнутый гостиничным сектором Узбекистана в признании и решении проблемы инклюзивности, особенно с точки зрения гендерного равенства и адаптации физического пространства для гостей с инвалидностью. Тем не менее, результаты исследования также выявляют серьезные пробелы, которые необходимо устранить, чтобы обеспечить подлинную инклюзивность для всех сотрудников и гостей. Сохраняющиеся скрытые предубеждения и стереотипы, особенно в отношении женщин, занимающих руководящие должности, указывают на необходимость более целенаправленного обучения и вмешательств по гендерной проблематике. Кроме того, низкий уровень занятости и недостаточная поддержка людей с инвалидностью подчеркивают системные барьеры, которые необходимо преодолеть для создания действительно инклюзивной рабочей силы.

Несмотря на то, что большинство отелей добились значительных успехов в обеспечении физической доступности, несоответствия в наличии доступной информации и механизмах обратной связи свидетельствуют о том, что необходимы дальнейшие усилия для того, чтобы сделать все аспекты гостиничного бизнеса всеохватывающими.⁵ Для решения этих проблем важно, чтобы сектор реализовывал более комплексные и целенаправленные стратегии, подкрепленные последовательным соблюдением нормативных актов и увеличением инвестиций в инициативы по обеспечению инклюзивности. Поступая таким образом, индустрия гостеприимства Узбекистана может создать более справедливую среду, повысить свою глобальную конкурентоспособность и установить стандарт инклюзивности в регионе.

Рекомендации.

Из вышесказанного понятно, что несмотря на то, что гостиничный сектор Узбекистана добился значительных успехов в обеспечении инклюзивности, сохраняются определённые нерешенные проблемы, для устранения которых автором тезиса предлагаются следующие рекомендации:

– Провести целенаправленное обучение для устранения скрытых гендерных предубеждений и обеспечения равных возможностей для всех сотрудников;

⁵ The World Bank, “UZ Accessibility Audit Report”, Tashkent, Uzbekistan, 2023.

- Разработать инициативы по найму, обучению и поддержке сотрудников с инвалидностью, обеспечивая равные возможности на рынке труда;
- Улучшить доступность веб-сайтов отелей и рекламных материалов для гостей с инвалидностью в соответствии с международными стандартами;
- Создать более доступные способы обратной связи для гостей с инвалидностью, позволяющие отелям лучше понимать и удовлетворять их потребности;
- Привести гостиничную практику в соответствие с государственными нормативными актами по инклюзивности, используя государственную поддержку для усиления инклюзивности сектора;
- Бросить вызов к культурным нормам и стереотипам, препятствующим инклюзивности, посредством программ по работе с населением и повышению осведомленности;
- Осознав долгосрочные преимущества инклюзивности и отдав ей приоритет перед краткосрочными мерами по сокращению расходов, инвестировать в инклюзивность, несмотря на давление рынка.

Возможности для развития инклюзивности в секторе огромны. Рекомендации предполагают, что для эффективного решения выявленных проблем необходимы целенаправленные действия, с помощью которых гостиничный сектор Узбекистана сможет создать более инклюзивную и справедливую среду для всех, повысив свою конкурентоспособность и привлекательность на международной арене.

Список литературы

1. Отчёт по итогам онлайн опроса «Инклюзивность в секторе гостеприимства Узбекистана: взгляды руководства отелей», Швейцарский проект «Поддержка реформ профессионального образования в Узбекистане», 2023.
2. Постановление Президента Республики Узбекистан № ПП-20 «О мерах по развитию инфраструктуры безбарьерного туризма и его стимулированию в Республике Узбекистан», г. Ташкент, 12 января 2024 г.
3. Конвенция о правах инвалидов принята резолюцией 61/106 Генеральной Ассамблеи от 13 декабря 2006 года Статус на 09.02.2024: https://treaties.un.org/Pages/ViewDetails.aspx?src=TREATY&mtdsg_no=IV-15&chapter=4&clang=_en
4. Закон Республики Узбекистан № ЗРУ-641 «О правах лиц с инвалидностью», г.Ташкент, 15 октября 2020 г.
5. The World Bank, “UZ Accessibility Audit Report”, Tashkent, Uzbekistan, 2023.
6. Международный стандарт руководства по обеспечению доступности веб-контента (WCAG). В документах WCAG объясняется, как сделать веб-контент более доступным для лиц с инвалидностью [URL]: <https://www.w3.org/WAI/standards-guidelines/wcag/>

УДК 338.2

Петрова Анжелика Сергеевна,

магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Охременко Алексей Михайлович,
магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,
SPIN-код: 6082-6078
Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

CRM КАК СРЕДСТВО СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ ТУРИСТСКОГО СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *менеджмент, предприятие, туристский сервис, CRM, совершенствование.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматривается специфика применения CRM для предприятия в сфере туристского сервиса. Описана специфика применения CRM. Даны преимущества использования данной системы*

Petrova Angelika Sergeevna,
2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Okhremenko Alexey Mikhailovich,
2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,
SPIN code:6082-6078
Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University.

CRM AS A MEANS OF IMPROVING ENTERPRISES IN THE FIELD OF TOURISM SERVICES

KEYWORDS: *management, enterprise, travel service, CRM, improvement.*

ANNOTATION. *The article discusses the specifics of using CRM for an enterprise in the field of tourism services. The specifics of the CRM application are described. The advantages of using this system are given*

Еще несколько лет назад для работы в туристском сервисе требовалось немного: компьютер с доступом в интернет и телефон. Сегодня с подобным набором «средств» компания рискует обанкротиться. Поэтому CRM для турагентства сейчас стало необходимостью. Сегодняшние реалии требуют от туристских компаний по-новому относиться к потенциальному и реальному клиенту. Клиента уважают, привлекают, заманивают, за него борются. Каждая компания в условиях рыночной экономики пробует новые пути привлечения внимания клиента, ищет возможности предоставления дополнительных интересных услуг. Взаимоотношения с клиентом становятся ключевым

фактором успеха. Информационные технологии позволяют значительно повысить качество взаимодействия с клиентом, влияют на функции управления и налаживания взаимоотношений между ними. В самой идее улучшения взаимодействия компании с клиентом нет ничего необычного, но с недавнего времени, с бурным развитием информационных технологий, она обрела новый вид, новое название и получила новое развитие, поскольку современные технологии позволяют реализовать ее на ином уровне функциональности с помощью CRM-систем Customer Relationship Management (управление взаимоотношениями с клиентом).

В настоящее время наибольшее развитие получили так называемые оперативные CRM-системы, позволяющие получать максимальную информацию о клиенте в момент общения с ним. Проще говоря, вместо заботы о клиентах забота о клиенте. Причем о каждом из них индивидуально. Собираемая и обрабатываемая информация о клиенте (например, история его поездок, среднестатистический бюджет, потребности и предпочтения) будет использована для того, чтобы более точно специфицировать предложения конкретно по нему, которые с большой долей вероятности могут быть им приняты, и это в свою очередь сформирует долгосрочно-ориентированные доверительные отношения, благодаря теперь уже которым, несмотря на какие-либо факторы, побудят клиента обращаться в компанию повторно.

Естественно, что при наличии большого числа клиентов подобный подход не может обойтись без информационных технологий как вспомогательного инструмента. Все популярнее становятся и электронные интернет-CRM-системы, которые в основном ориентированы на увеличивающееся количество клиентов, общающихся с компаниями через интернет. Благодаря CRM турфирма действительно может улучшить сервис и вывести его на новый уровень (см. рис.1).



Рис. 1. Выгоды внедрения автоматической системы управления «CRM» на предприятиях туристской индустрии

Современные программы способны не просто хранить и систематизировать данные, но также позволяют перевести ряд рабочих процессов в авторежим, улучшить сервис, снизить расходы и повысить эффективность работы. При правильном подходе это в конечном итоге поможет сэкономить рабочее время сотрудников, так как выполнение рутинных будничных рабочих процессов теперь будет производиться с наименьшими временными затратами, что в свою очередь поможет превратить рядового работника в высококлассного специалиста по построению лояльных и взаимовыгодных бизнес-отношений с клиентами компании.

Преимущества внедрения CRM-системы:

1. Качество и скорость обслуживания. CRM-система для турагентства помогает руководству компании контролировать качество работы менеджеров онлайн, ведь все рабочие

процессы фиксируются в системе, в том числе телефонные переговоры с клиентами. Руководитель может видеть статистику по работе каждого менеджера и оптимизировать работу сотрудников.

2. Защита данных. Современные технологии надежно защищают данные, поэтому можно быть уверенным в том, что CRM-система для турагентства обеспечит конфиденциальность информации. Достаточно настроить права доступа. Важно также, что система хранит всю контактную информацию о клиентах. При отсутствии менеджера, который работал с определенным клиентом, руководитель сможет легко передать дела новому сотруднику, и тот быстро вникнет в ситуацию заказчика туруслуг.

3. Анализ информации. CRM для турагентства дает возможность оперативно анализировать продажи, покупательское поведение клиентов, их предпочтения, эффективность рекламных расходов по выбранным каналам продвижения, прибыль и другие значимые показатели.

4. Работа с запросами. Одна из главных обязанностей менеджера по туризму – оперативно реагировать на запросы клиентов. Программа CRM для турагентства, подключенная к сайту компании и другим каналам коммуникаций, моментально оповещает сотрудника о поступившем запросе. И пока другие компании, к которым обратился клиент, проверяют почту и составляют ответ, ваш сотрудник уже отправляет детали по запросу клиента.

5. Напоминания. Программа сама напомнит менеджеру, когда сделать звонок клиенту или отправить предложение по турам.

6. Коммуникации и рассылки. Как правило, у клиента агентства есть масса вопросов к менеджеру по организации путешествия, поэтому так важно, чтобы специалист всегда был на связи с клиентом. CRM для туроператора имеет широкий перечень инструментов для коммуникаций с клиентами, будь то IP-телефония, смс или почта. Кроме того, программа помогает автоматизировать рассылки с индивидуальными предложениями по турам. Еще один плюс CRM в туристской компании – возможность сэкономить на телефонных переговорах за счет встроенной IP-телефонии, которая также позволяет настроить переадресацию вызовов. Экономия будет особенно ощутимой, если турфирма является сетью агентств с большим числом филиалов в разных странах мира.

7. Электронный документооборот. CRM для туристских агентств позволяет заметно ускорить подготовку документов для клиента. Шаблоны документов, подстановка данных из клиентской базы помогут оформить договор или финансовые бумаги в несколько кликов.

8. CRM-система: туризм на новом уровне. Основные функциональные возможности, которые включает в себя CRM:

- Управление контактами – поддержка информации о клиенте и истории контактов с ним, может включать в себя информацию о точках продаж или периодичности покупок/поездов.

- Управление деятельностью – предоставляет календарь и деловой дневник.

- Управление связью – выражается в самостоятельном программном модуле, отвечающем за передачу информации, ее сохранность и репликацию.

- Прогнозирование – предоставляет информацию о перспективных планах продаж, а также прогнозы или данные маркетинговых исследований подразделений компании.

- Управление возможностями – управление побуждающими факторами привлечения потенциальных клиентов.

- Управление заказами – получение информации о турпродуктах, наличии мест и размещение информации в он-лайн бронировании.

- Управление документацией – разработка и внедрение стандартов, настраиваемых отчетов и информационно-рекламных материалов.

- Анализ продаж – предоставление аналитических возможностей в данные о продажах.

– Конфигурация продукта – хранение информации об альтернативных вариантах турпродуктов и их ценовых характеристиках.

– Энциклопедия маркетинга – предоставляет обновляемую информацию о продуктах, ценах, рекламных мероприятиях, результаты исследований (например, факторы, оказывающие влияние на принятие решения о покупке) и информацию о конкурентах.

Как показывает опыт предприятий, которые осуществили внедрение CRM-системы для автоматизации своих бизнес-процессов, трудности при внедрении CRM-системы возникают, но они чаще всего вполне преодолимы.

Первая и, пожалуй, основная проблема при внедрении CRM-системы в работу фирмы – это нежелание работать в ней сотрудников компании. Такое сопротивление можно понять: работники просто не хотят никаких нововведений, отказываются «забывать глупостями» свою голову, считают, что CRM-система не упрощает работу, а лишь усложняет ее. С этой проблемой сталкивается абсолютное большинство бизнесменов. Также сотрудников пугает тот факт, что теперь вся их работа будет «на виду» у руководителя, а значит «бездельничать» уже не сможет никто. Здесь работники оказывают осознанное сопротивление, зачастую игнорируя требования начальства. Лучшим советом здесь будет попросту избавиться от такого «балласта», который скорее всего только усложняет жизнь компании и попросту неэффективно работает. Здесь следует отметить, что работников компании, которые будут заинтересованы во внедрении современных технологий необходимо максимально поощрять. А с «отказниками» – по-видимому, расставаться.

Вторая проблема при внедрении CRM-системы в работу фирмы – это неправильная работа с сервисом руководящего состава компании. Когда сам руководитель фирмы или отдела продаж до конца не разобрался в том, зачем подразделению была установлена CRM-система, какими новыми «инструментами» в работе он теперь обладает и какими управленческими «рычагами» он владеет, то и до подчиненных необходимость таких преобразований донести будет сложно. Поэтому, грамотный руководитель должен уметь, пробовать, пользоваться, активно применять все возможности в работе отдела, обучать всем «хитростям» системы своих подчиненных. Для руководителей лучшим решением здесь станет некая «практика» в других предприятиях, которые давно внедрили в работу CRM-систему. Стоит отметить, что имея перед глазами наглядный положительный пример того, как эффективно работает идентичная система, любой руководитель поймет всю специфику и то, какие преимущества он и его отдел и компания в целом получат в будущем.

Еще одна проблема при внедрении CRM-системы – это отсутствие регламентов по ее использованию. Начиная пользоваться любой, даже самой простой CRM-системой, каждый сотрудник столкнется с рядом вопросов, проблем, сложностей, а если в компании два или три таких работника, то все вопросы можно будет легко улаживать при помощи техподдержки, но если менеджеров гораздо больше, то это становится проблематичным. Так и не получив ответы на все свои вопросы, сотрудники отдела попросту «забросят» программу, мотивируя это тем, что работать в ней сложно. Этого нельзя допускать, поэтому для фирмы должен быть создан регламент и понятная инструкция работы в CRM системе. Именно поэтому в документе или файле должны быть сведены наиболее распространенные проблемы и варианты решения тех или иных задач, общие инструкции по заполнению определенных полей документов, ведению клиентской базы и т.д. Неукоснительно следуя прописанным заранее правилам, работники упростят работу себе, друг другу, руководству.

Основная цель работы CRM-системы – получить наиболее полную информацию о покупателе для наилучшего его обслуживания. Если потенциальный клиент обращается на Web-сайт компании и погружается достаточно глубоко в информационное дерево сайта, то такое обращение расценивается системой как заслуживающее внимания и сообщение об этом клиенте передается на рабочее место эксперта, работающего в офисе туристской компании. Если данный контакт происходит с компьютера, который был раньше уже зарегистрирован на сайте, то это сообщение передается конкретному сотруднику компании, ранее уже

работавшему с этим клиентом. В случае же первого посещения информация передается по методу лучшего выбора, то есть эксперту, наиболее глубоко знающему данную сферу и тот продукт, которым интересуется клиент. Затем все происходит так же, как в электронном магазине. Клиенту дают возможность оформить заказ электронным образом. Кроме того, он может запросить систему на организацию автоматического телефонного соединения с экспертом и подробно обсудить все детали заинтересовавшего его турпродукта. Если клиент позвонил в компанию по телефону, то система распознает абонента по номеру и в дальнейшем переадресует звонок непосредственно тому эксперту, который работает с этой категорией турпродукта или с этим клиентом и фактически выполняет функции Call-центра.

Вот показательный пример работы CRM-системы. Клиент звонит в туристскую компанию, и на экране компьютера оператора тут же высвечивается вся информация о нем, причем не только последние поездки, но даже дни рождения членов семьи, что помогает оператору быстрее сориентироваться, зачем звонит клиент, и сделать ему «предложение, от которого невозможно отказаться». Например, рассказать о новинках или спецпредложениях. Такая предусмотрительность располагает клиентов к туристской компании и помогает сохранять и укреплять сложившиеся связи.

Таким образом, CRM (Customer relationship management) – система для взаимодействия с клиентами помогает отслеживать и анализировать все бизнес-процессы, а также автоматизировать их. Система структурирует информацию и хранит всё в одном месте. Никакой набор таблиц и текстовых файлов не обеспечит такого же качества обработки информации.

Основой успешной работы любой CRM-системы является хранение всей информации о взаимодействии с клиентами в одном месте, в единой базе данных. Следует отметить, что чем больше срок эксплуатации CRM-системы, тем более эффективно она работает, тем более глубокие аналитические зависимости и связи могут быть выявлены в информации, накопленной в процессе ее работы.

Турагентству нужно знать, где и кем работает клиент, когда у него отпуск, есть ли семья и дети, боится ли он путешествовать на самолете и какой отдых предпочитает: пляжный, активный или образовательный с познавательными экскурсиями. Все эти сведения будут храниться в CRM вместе с контактами и историей общения. При помощи сегментированной базы менеджер сможет найти подход к каждому клиенту.

Применение этого современного, но уже набравшего популярность продукта позволяет повысить эффективность работы персонала по привлечению и удержанию клиентов, объединить маркетинг с организационными и техническими средствами, что в конечном итоге позволяет увеличить производительность и прибыль предприятия туруслуг

ЭФФЕКТ ОТ ВНЕДРЕНИЯ CRM



Рис. 2. Инновационный цикл туристского продукта

Внедрение CRM не потребует больших финансовых вложений, но при этом позволит увеличить следующие основные показатели, в том числе (см. рис. 2):

1. Увеличение продаж. CRM не даст забыть ни про одного клиента. Напомнит, когда у кого отпуск, какие туры предпочитает клиент и сформирует базу рассылки. В CRM-системе можно поэтапно видеть все сделки и смотреть аналитику за любой период, а значит оперативно переходить к проблемным моментам и критическим точкам. Вы сразу увидите, кто уже готов к следующему отпуску, а чей интерес нужно еще подогреть.

2. Улучшение сервиса. Оперативная аналитика CRM выявит, на каком этапе клиенты от вас уходят. Так вы сможете понять слабые места в сервисе. Например, если клиент меняет решение на этапе подписания договора, убедитесь, что документ презентабельно выглядит, вызывает доверие у клиента. Чаще всего именно по таким казальным мелочам клиент судит об уровне сервиса. Вы можете вычислить недостатки при помощи CRM и устранить их.

3. Контроль качества работы агентов. Чем больше турист платит за отдых, тем он более требователен не только к самой поездке, но и к агентству. Умное программное обеспечение покажет время активности сотрудников, результаты их взаимодействия с клиентами, отзывы о работе менеджеров.

4. Экономия. Г. Форд говорил: что всё, что ты сэкономил, ты заработал. С CRM менеджеры перестанут тратить лишние минуты на звонки – они понадобятся только для определенного сегмента клиентов, новых клиентов. Появится экономия на отправке СМС и других рассылок, потому что их будет отправляться ровно столько, сколько нужно. Не будет уходить время и на создание договоров, система сама подставит в шаблон необходимые данные. У агентов освободится время на обслуживание новых клиентов. Сотрудники будут успевать делать больше за рабочий день. А при помощи встроенной бизнес-аналитики будет понимание, где ещё можно сэкономить и заработать.

До недавнего времени CRM-системами интересовались в основном крупные туристские компании или большие агентские сети, поскольку постоянно возрастающий поток общения и взаимодействий с клиентами приводил к тому, что в определенный момент число обращений становилось так велико, что их практически невозможно было обработать вручную. Сейчас тенденция меняется. В современных условиях развития туризма инновации приносят на туристский рынок новые идеи, услуги и продукты. Инновации не только подразумевают приспособление туристской отрасли к динамичному характеру туризма путем применения новых маркетинговых технологий, но и среда функционирования туристского бизнеса благоприятствует появлению инновационных продуктов и процессов.

Предприятия туристской индустрии всегда были активными сторонниками внедрения инновационных технологий, в том числе и глобальных распределительных систем. Современные достижения в области телекоммуникаций, сетевых объединений, создания и обработки баз данных и электронного маркетинга обеспечивают новые возможности для этих предприятий.

Реализация системы CRM будет способствовать обеспечению персонализации взаимоотношений с потребителями туристских услуг; даст предприятию туристской индустрии возможность получения информации из различных систем по финансам, продажам, маркетингу, центру поддержки и других центрах хранения информации о своих постоянных и потенциальных клиентах; позволит добиваться значительного повышения эффективности работы организации и достигать сопутствующей эффективности, включая расширение финансового контроля; будет способствовать формированию более глубокого, стратегического понимания своей деятельности.

Таким образом, система CRM в туристских организациях должна рассматриваться в качестве базовой части обеспечения их устойчивого развития. Инновации, ключевыми сферами которых выступают использование информационных и коммуникационных технологий, интенсифицирующих продвижение туристских продуктов, способствуют повышению клиентоориентированности предприятий туристской индустрии

Список литературы

1. Ребрин, М. С. CRM-система как инструмент повышения эффективности бизнеса / М. С. Ребрин. – Молодой ученый. – 2023. – № 22 (469). – С. 211-216.
2. Секерин, В. Д. Инновационный маркетинг: учебник / В. Д. Секерин. – Москва: ИНФРА-М, 2020. – 237 с.
3. Усенко, Я. Г. Повышение лояльности клиентов в туризме с применением CRM-системы // Креативная экономика. – 2022. – Том 16. – № 9. – С. 3501-3514.
4. Система CRM как направление повышения клиентоориентированности туристских организаций. Url: <https://scienceforum.ru/2012/article/2012000637> (дата обращения: 20.08.2024).
5. Моложай, А. В. Актуальность использования CRM-систем / Моложай А.В., Сероптанова А.А. // Международный студенческий научный вестник. – 2022. – № 1. Url: <https://eduherald.ru/ru/article/view?id=20816> (дата обращения: 20.08.2024).

УДК 338.46

Стойка Екатерина Романовна,

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Туризм»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон
stoyka.catherine@mail.ru

Швец Анастасия Анатольевна,

SPIN-код: 5912-8189
студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Сервис»
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084
Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент, заведующая кафедрой менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

ФОРМИРОВАНИЕ СЕТИ МОТЕЛЕЙ ДЛЯ ПОПУЛЯРИЗАЦИИ АВТОМОБИЛЬНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *трасса Таврида; заправки; придорожные мотели; туризм; сервис; Республика Крым; инфраструктура; проект.*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассматривается концепция создания придорожных мотелей на автозаправочных станциях (АЗС) как одного из способов повышения туристской привлекательности Крыма. Исследуются преимущества, недостатки и экономическая целесообразность данного подхода, а также возможные меры по реализации проекта.*

Stoyka Ekaterina Romanovna,

2st year student of the master's degree, the field of study «Tourism»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Shvets Anastasia Anatolyevna,

SPIN code: 5912-8189

2st year student of the master's degree, the field of study «Service»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor, Head of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State University Pedagogical University

**FORMATION OF A NETWORK OF MOTELS TO PROMOTE AUTOMOBILE TOURISM
IN THE CRIMEA**

KEYWORDS: *Tavrida highway; gas stations; roadside motels; tourism; service; Republic of Crimea; infrastructure; project.*

ANNOTATION. *This article examines the concept of creating roadside motels at gas stations (GPS) as one of the ways to increase the tourist attractiveness of Crimea. The advantages, disadvantages and economic feasibility of this approach, as well as possible measures for the implementation of the project, are examined.*

Республика Крым представляет собой уникальную туристическую дестинацию, однако, несмотря на богатое культурное и природное наследие, туристическая инфраструктура региона требует обновления и модернизации.

Целью данной статьи является обзор и анализ данных по туристской привлекательности Республики Крым.

Основной задачей научного исследования является разработка проекта по повышению туристской активности на полуострове. Для достижения этой цели были проведены исследования и анализ основных показателей туристической отрасли Крыма, таких как количество прибывших туристов, динамика развития отрасли, инфраструктура и маркетинговые стратегии.

В работе были использованы данные статистических отчетов, опубликованных туристическими агентствами и организациями, а также результаты маркетинговых исследований. Основными методами анализа данных являются сравнительный анализ, качественное и количественное исследование, SWOT-анализ.

На основе проведенного анализа был разработан проект по повышению туристской привлекательности Республики Крым, который включает в себя ряд рекомендаций и мероприятий по улучшению условий для туристов, развитию инфраструктуры и продвижению туристического продукта региона. Дальнейшее развитие туристической отрасли Республики Крым требует постоянного мониторинга рынка и внесения корректив в стратегии развития. Ожидается, что реализация предложенного проекта позволит увеличить приток туристов на полуостров, повысить доходы от туризма и способствовать развитию экономики Крыма.

Туристская отрасль Республики Крым – является одним из популярных туристических направлений России благодаря своей уникальной природе, климату и историческим достопримечательностям. За последние годы Крым привлекает все больше туристов из

различных регионов России и мира. Однако существуют заграничные ограничения, проблемы с инфраструктурой, качеством услуг и маркетинговые проблемы, которые мешают полноценному развитию туристской отрасли на полуострове.

Для преодоления этих препятствий 21 июля 2020 года Президент России Владимир Путин подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [2]. Новый нацпроект состоит из трех федеральных проектов: «Развитие туристской инфраструктуры», «Повышение доступности туристских услуг» и «Совершенствование управления в сфере туризма» [3].

Для анализа туристической привлекательности Крыма были использованы данные статистических отчетов и исследований в области туризма. Основными показателями, которые были проанализированы период с 2021 года по 2023 год, являются количество прибывших туристов, динамика развития туристической отрасли, инвестиции в туризм, состояние инфраструктуры и маркетинговые стратегии [7].

Результаты анализа показали, что количество прибывших туристов на полуостров постепенно уменьшалось (из-за COVID и военного положения), однако, общая динамика развития туризма не соответствует потенциалу Крыма.

На сегодняшний день удобство путешествий по региону оставляет желать лучшего, так как качество дорожной инфраструктуры, а также наличие мест для отдыха и ночевки не всегда соответствует современным требованиям.

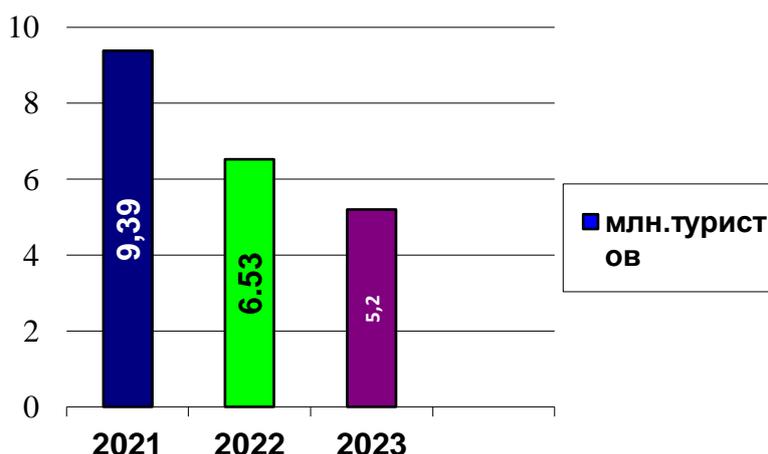


Рис. 1. Изображено количество прибывших туристов [1, 6].

Данные опросов туристов показывают, что большинство из них сталкиваются с проблемами отсутствия качественного и доступного жилья на протяжении маршрута.

Одной из главных причин популярности автомобильно-пешеходного туризма является стремление туристов к более тесному контакту с природой и культурой местности. Путешествия на автомобиле позволяют гибко планировать маршрут, делать остановки в живописных местах, исследовать уединенные уголки и маленькие города, что добавляет глубину и разнообразие в опыт. В связи с этим, владельцы гостиниц, кемпингов и других объектов размещения начинают адаптироваться к потребностям этих путешественников, предлагая удобные условия для отдыха. По причине этого, многие регионы уже начали внедрять инициативы по улучшению состояния автомобильных магистралей, создавая удобные парковки, зоны для пикников и специальные тропы для пешеходных маршрутов. Это создаёт дополнительные возможности как для местного населения так и для туристов, увеличивая привлекательность региона и стимулируя локальную экономику.

Строительство дороги А-291 «Таврида» началось в мае 2017 года – автомобильная дорога федерального значения Керчь – Симферополь – Севастополь по территории Крыма; открыта для полноценного движения 27 августа 2020 года. Протяжённость автодороги –

250,75 км. Автодорога начинается от Крымского моста, соединяющего Крым и Кубань. Окончательный официальный ввод трассы в эксплуатацию произошёл в середине декабря 2020 года [7]. У трассы есть ответвление Симферополь – Евпатория – Мирный. В январе 2021 года «Таврида» была включена в перечень автомобильных дорог федерального значения. В состав трассы входят 20 транспортных развязок, 123 путепровода, 15 мостов, 31 путепровод для проезда сельскохозяйственной техники, 17 путепроводных съездов с транспортных развязок. Некоторые изначально заложенные в проект «Тавриды» развязки не были построены [7].

В мае 2021 года на трассе открыли первую автозаправочную станцию. Всего на объекте построено 11 автозаправочных комплексов. В этом контексте проект по созданию придорожных мотелей на заправках вдоль трассы «Таврида» представляется весьма перспективным. Трасса «Таврида», соединяющая Крымский мост с восточным побережьем полуострова, является ключевой транспортной артерией, по которой ежегодно проходят тысячи туристов. Проект «Таврида» не только улучшил транспортную доступность Крыма, но и стал катализатором экономического роста региона.

Концепция проекта – создание придорожных мотелей на АЗС. Для гарантии комфортного и безопасного путешествия вдоль трассы «Таврида» предлагается развить сеть придорожных мотелей. Такие мотели смогут предлагать краткосрочное размещение для транзитных путешественников, а также возможность отдыха для тех, кто путешествует на дальние расстояния. Эти мотели будут включать в себя широкий спектр услуг, отвечающих потребностям современных путешественников.



Рис. 2. Маршрут и характеристика трассы «Таврида» [5].

Сеть мотелей в рамках формирования ассоциации мотелей или путем создания сетевой формы управления ими позволит предложить одинаково качественный гостиничный продукт на всем автомобильном пути путешественника.

Перспективы развития – придорожной инфраструктуры на трассе "Таврида" имеет важное значение для развития туризма в Крыму. Удобные и комфортные мотели способствуют привлечению большего количества путешественников, стимулируют развитие экономики региона. В будущем можно ожидать появления более современных и многофункциональных придорожных комплексов, которые станут не просто местом ночевки, а полноценными центрами отдыха для туристов.

Для этого рассмотрим придорожные мотели на АЗС их концепцию и преимущества.

Концепция проекта включает в себя размещение небольших moteлей на территории автозаправочных станций (АЗС), которые обеспечат комфортное пребывание автомобилистов и путешественников. Мотели будут иметь стандартные номера с базовыми удобствами, а также дополнительные услуги: рестораны, кафе, магазины и сервисные центры, которые присутствуют на АЗС.

Преимущества придорожных moteлей на трассе «Таврида»:

1. Удобное расположение – мотели находятся в непосредственной близости от заправочных станций и выходов на трассу, что позволяет туристам быстро остановиться и отдохнуть после долгой дороги.

2. Доступные цены – в сравнении с отелями в крупных городах Крыма, придорожные мотели предложат более доступные цены, что делает их привлекательными для бюджетных путешественников.

3. Базовые удобства – большинство придорожных moteлей оснащены всем необходимым для комфортного пребывания: уютные номера, санузлы, бесплатный Wi-Fi, парковка. Некоторые мотели также будут предлагать услуги питания – кафе или рестораны на территории. К тому же, проект способствует развитию местной экономики, создавая новые рабочие места и поддерживая малый бизнес. Устойчивое сотрудничество с местными производителями, обеспечит использование экологически чистых продуктов в ресторанах, что повысит качество обслуживания и подчеркнёт уникальность крымского региона. Кроме того, важно учитывать экологические аспекты проекта. Использование солнечных панелей для подачи электроэнергии, сбор и переработка отходов, а также организация зеленых зон вокруг moteлей помогут минимизировать негативное влияние на окружающую среду. Это также привлечет множество туристов, которые ценят устойчивый и комфортный туризм.



Категория «А»

- АЗС
- мотель (не менее 25 номеров)
- благоустроенный туалет
- общественные душевые кабины
- пункт розничной торговли
- пункт общественного питания (не менее 40 посадочных мест)
- СТО
- автомойка
- стоянка с разделением парковочных мест для автобусов, легковых автомобилей, грузовых автомобилей
- охраняемая стоянка
- место для пикника
- торгово-развлекательная зона
- пункт медицинской помощи



Категория «В»

- АЗС
- мотель (не менее 10 номеров)
- благоустроенный туалет
- общественные душевые кабины
- пункт розничной торговли
- пункт общественного питания (не менее 40 посадочных мест)
- СТО
- автомойка
- стоянка с разделением парковочных мест для автобусов, легковых автомобилей, грузовых автомобилей
- охраняемая стоянка
- место для пикника
- пункт медицинской помощи

Рис. 3. Примеры moteля на АЗС [1]

Экономические аспекты. Финансировать реализацию проекта можно через государственные и частные инвестиции. Основными источниками могут быть:

1. Инвестиции частных компаний (например, сети АЗС).
2. Гранты от государства на развитие туристической инфраструктуры.
3. Партнёрства с туристическими агентствами.

Рентабельность – по предварительным расчетам, рентабельность инвестиций в подобные мотели может составлять 15-20%. Это обусловлено высоким спросом на услуги проживания и питания, а также возможностью привлекать туристов как в высокий, так и в низкий сезоны.

Правовые и организационные аспекты. Регистрация и лицензирование. Для открытия придорожных moteley на базе АЗС необходимо будет пройти несколько этапов: получение разрешение на строительство, лицензия на ведение отельного бизнеса и соответствие нормам безопасности и комфорта.

Сотрудничество с местной властью. Для успешной реализации проекта важно наладить сотрудничество с органами местного самоуправления, что поможет ускорить процесс получения всех необходимых разрешений.

Маркетинговая стратегия. Основными целевыми аудиториями являются автомобилисты, семьи с детьми, а также туристы, путешествующие по Крыму.

Ключевыми стратегиями продвижения проекта станут:

1. Занесение на Яндекс карту обозначения moteley с описанием их услуг.
2. Реклама в социальных сетях и туристических платформах.
3. Партнёрство с туристическими агентствами для разработки туристических пакетов.
4. Участие в выставках и форумах.

Ожидаемые результаты:

1. Увеличение числа туристов, посещающих Крым, благодаря созданию комфортных условий на трассе «Таврида».
2. Улучшение имиджа Республики Крым как туристического направления.
3. Создание дополнительных рабочих мест и развитие экономики региона.

Долгосрочные перспективы – создание сети придорожных moteley на АЗС может стать основой для дальнейшего развития туристической инфраструктуры Крыма, включая создание дополнительных сервисов и улучшение транспортной доступности. Разработка проекта придорожных moteley на заправочных станциях представляет собой перспективное направление для повышения туристской привлекательности Республики Крым. Данная инициатива позволит не только улучшить инфраструктуру региона, но и привлечь внимание к туристическим особенностям Крыма, открывая новые горизонты для внутреннего и международного туризма. Реализация проекта потребует комплексного подхода, включая исследование рынка, проектирование и строительство, но потенциальные выгоды от его реализации очевидны. Разработанный проект по повышению туристской привлекательности Республики Крым представляет собой целостную стратегию развития туристической отрасли на полуострове. Реализация предложенных рекомендаций и мероприятий способствует росту притока туристов, увеличению доходов от туризма и улучшению экономического положения региона.

Создание сети придорожных moteley на автозаправочных станциях не только повысит популярность автомобильного туризма, но и станет важным элементом туристической инфраструктуры Крыма. Эти moteley могут предложить уникальные услуги, такие как 24-часовое обслуживание, кафе с местной кухней и информационные центры для туристов. Благодаря такому подходу путешественники смогут легко планировать свои маршруты, обеспечивая себе комфортные остановки в пути.

Кроме того, придорожные moteley могут стать центрами для размещения культурных мероприятий и выставок, что также привлечет дополнительный интерес как местных жителей,

так и туристов. Это создаст платформу для поддержки местных художников и ремесленников, что дополнительно обогатит культурное разнообразие региона.

Для успешной реализации данной инициативы потребуются привлечение инвестиций и сотрудничество с местными властями, что станет залогом устойчивого развития. Важно также проводить регулярные мониторинги и исследования, чтобы адаптировать услуги под меняющиеся потребности туристов и государственных стандартов.

В итоге создание сети придорожных мотелей на АЗС в Крыму откроет новые горизонты для внутреннего и международного туризма, способствуя экономическому развитию региона и повышая его привлекательность на карте России и мира.

Дальнейшее развития туристской отрасли в Республике Крым требует системного подхода и постоянного контроля над рыночными изменениями. Ожидается, что успешная реализация проекта по повышению туристской привлекательности Крыма принесет позитивные результаты и сделает полуостров еще более привлекательным для отдыхающих.

Ключевым аспектом дальнейшего развития туристской отрасли является создание современного инфраструктурного потенциала. Это включает в себя не только строительство новых гостиниц и развлекательных комплексов, но и улучшение транспортной доступности, что сделает Крым более удобным для путешествий. Разработка транспортных маршрутов, соединяющих ключевые туристические достопримечательности, станет важным шагом к интеграции разных видов отдыха, включая культурный, экологический и активный туризм.

Не менее значимой составляющей является маркетинговая стратегия, направленная на привлечение различных сегментов туристов. Уделение внимания уникальным культурным и природным ресурсам региона поможет сформировать имидж Крыма как многообразного туристического направления. Разработка событийного туризма с акцентом на фестивали, выставки и спортивные мероприятия будет способствовать увеличению потока туристов в межсезонье.

Необходимо также учитывать важность обратной связи от самих туристов. Проведение регулярных опросов и исследований поможет выявить потребности и пожелания отдыхающих, что, в свою очередь, позволит оперативно реагировать на изменения в спросе и предлагать новые продукты и услуги. Таким образом, системный подход к развитию туризма в Крыму только укрепит его позиции на рынке и создаст благоприятную среду для как местных жителей, так и гостей полуострова.

Список литературы

1. Инвестиционный портал / Придорожный сервис [Электронный ресурс] // URL: <https://invest07.gov.kz/ru/idei-dlya-biznesa/pridorozhnyj-servis>
2. Кто и как ставит цели по развитию туризма. Все о Нацпроекте «Туризм и индустрия гостеприимства» [Электронный ресурс] // URL: https://dzen.ru/a/YnJU7NkdtVUTwT_6
3. Путешествия как стиль жизни: каким будет новый нацпроект по туризму [Электронный ресурс] // URL: <https://национальныепроекты.рф/news/puteshestviya-kak-obraz-zhizni-kakim-budet-novyuy-natsproekt-po-turizmu/>
4. О развитии санаторно-курортной и туристической отрасли Республики Крым за 2020 год. [Электронный ресурс] // URL: https://mtur.rk.gov.ru/uploads/txteditor/mtur/attachments/d4/1d/8c/d98f00b204e9800998ecf8427e/phpeKQsGA_1.pdf
5. Официальный туристический сайт Инфографики. Трасса «Таврида»: гид по главной транспортной артерии Крыма [Электронный ресурс] // URL: <https://travelcrimea.com/infographics/20200903/1428967.html>
6. Статистические данные [Электронный ресурс] // URL: <https://mtur.rk.gov.ru/structure/390f90d8-c460-46d6-90d4-981752dcf46a>

УДК 338.2

Братчиков Денис Сергеевич,

SPIN-код: 5367-1890

магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

Научный руководитель, кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССОВ СОВРЕМЕННОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В СФЕРЕ ПРОИЗВОДСТВЕННОГО СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *автоматизация, бизнес-процесс, управление, современный, производственный сервис.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлен подход к автоматизации бизнес-процессов современного предприятия в сфере производственного сервиса. Подобран и обоснован соответствующий ИТ-инструмент для решения этой задачи. Описаны преимущества использования выбранного программного комплекса.*

Bratchikov Denis Sergeevich,

SPIN code: 5367-1890

2nd year undergraduate, direction 38.04.02 «Management»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

AUTOMATION OF BUSINESS PROCESSES OF A MODERN ENTERPRISE IN THE FIELD OF PRODUCTION SERVICES

KEYWORDS: *automation, business process, management, modern, production service.*

ANNOTATION. *The article presents an approach to automating business processes of a modern enterprise in the field of production services. An appropriate IT tool has been selected and justified to solve this problem. The advantages of using the selected software package are described.*

В сфере производственного сервиса, куда относится целый спектр задач предприятия, связанный со строительством новых объектов, реконструкцией имеющихся, обеспечением этой деятельности и прочее, при выборе программного продукта для автоматизации моделирования бизнес-процессов следует учитывать несколько ключевых критериев. Во-первых, необходимо оценить функциональные возможности программы и их соответствие конкретным потребностям компании. Важно учитывать, поддерживает ли выбранный продукт

стандарты BPMN и возможность интеграции с другими системами. Кроме того, важным аспектом является удобство использования программы. Интерфейс должен быть интуитивно понятным и удобным для пользователей различного уровня подготовки. Также стоит обратить внимание на наличие обучающих материалов и технической поддержки со стороны разработчиков. Другим важным критерием является стоимость программного продукта и возможность его масштабирования в случае необходимости. Необходимо провести анализ рынка и выбрать оптимальное соотношение цены и качества. Наконец, при выборе программы для автоматизации моделирования бизнес-процессов следует обратить внимание на отзывы пользователей и рейтинги программного обеспечения на специализированных ресурсах. Исследование рынка и проведение пилотных проектов также могут помочь принять обоснованное решение.

Моделирование бизнес-процессов в коммерческой организации является необходимым инструментом для оптимизации работы и повышения эффективности деятельности. Этот процесс позволяет компании оценить текущее состояние своих операций, выявить узкие места и проблемные ситуации, а также разработать стратегии для их улучшения. Одним из основных преимуществ моделирования бизнес-процессов является возможность оптимизации рабочих процессов и ресурсов. Анализ и оптимизация бизнес-процессов позволяют улучшить качество продукции или услуг, уменьшить издержки и временные затраты, повысить уровень удовлетворенности клиентов. Таким образом, компания может повысить конкурентоспособность на рынке и увеличить свою прибыльность. Еще одним важным аспектом моделирования бизнес-процессов является возможность принятия обоснованных решений на основе данных и фактов. Анализ процессов позволяет выявить слабые места и улучшить их, а также определить наилучшие подходы к работе. Это помогает компании принимать обоснованные решения, улучшить стратегию и добиться успешных результатов. Его функционал должен предполагать соответствие стандарту ISO 9001:2015 [1], симуляцию смоделированной системы / опору при внедрении, моделирование бизнес-процессов в определенных категории и нотации, легкость использования, доступность, наглядность, возможность интеграции с другими программными комплексами по управлению предприятием, сопровождение при реализации / ходе / исполнении бизнес-процессов, анализ и базу для принятия решений. Таким образом, моделирование бизнес-процессов является важным инструментом для повышения эффективности и конкурентоспособности коммерческих организаций. Оно помогает выявить узкие места, оптимизировать процессы и принимать обоснованные решения, что в итоге способствует росту прибыли и успешному развитию компании.

Одним из программных продуктов является автоматическая система моделирования бизнес-процессов Bizagi Modeler [2]. Платформа Bizagi Modeler полностью соответствует требованиям законодательства по импортозамещению. Это не просто инструмент моделирования; это комплексное решение, проектирование и выполнение бизнес-процессов. Оно разработано с учетом потребностей пользователей и обеспечивает безупречный опыт работы, позволяющий метростроению эффективно сотрудничать и достигать высоких результатов. Одной из замечательных особенностей является огромная библиотека ресурсов. Она включает предварительно разработанные шаблоны, символы и руководства, которые облегчают создание точных моделей. Эти ресурсы особенно полезны для тех, кто только начинает знакомиться с миром моделирования бизнес-процессов, предоставляя прочную отправную точку для дальнейшего развития и адаптации в соответствии с конкретными потребностями вашего бизнеса. Что касается производительности, Bizagi Modeler известен своей способностью обрабатывать несколько проектов одновременно, не ухудшая скорость или эффективность. Это особенно важно для крупных корпораций, которым требуются параллельные рабочие процессы и процессы.

Интеграция – еще одна область, в которой Bizagi Modeler выделяется. Он не только совместим с другими продуктами Bizagi, но также интегрируется с различными

приложениями и платформами третьих сторон. Это гарантирует, что независимо от технологической экосистемы вашей компании, вы сможете легко внедрить Bizagi Modeler. Что касается пользовательского опыта, Bizagi Modeler является лидером. От его интуитивного интерфейса drag-and-drop до возможности вносить изменения в режиме реального времени, этот инструмент разработан для максимизации производительности и минимизации времени обучения. Комплекс Bizagi Modeler предоставляет мощные инструменты для моделирования бизнес-процессов и автоматизации рабочих процессов. Bizagi Modeler обладает интуитивно понятным интерфейсом, который позволяет легко создавать, анализировать и оптимизировать бизнес-процессы. Кроме того, этот программный комплекс поддерживает стандарты BPMN и DMN, что обеспечивает совместимость с другими системами и инструментами. Функционал программного продукта соответствует требованиям стандарта ISO 9001 : 2015. Один из трех способов моделирования бизнес-процесса платформы Bizagi Modeler представлен на рис. 1 (New Process – создать свой новый бизнес-процесс; Import Process – импортировать бизнес-процесс; Process Xchange – выбрать готовую модель из базы бизнес-процессов).

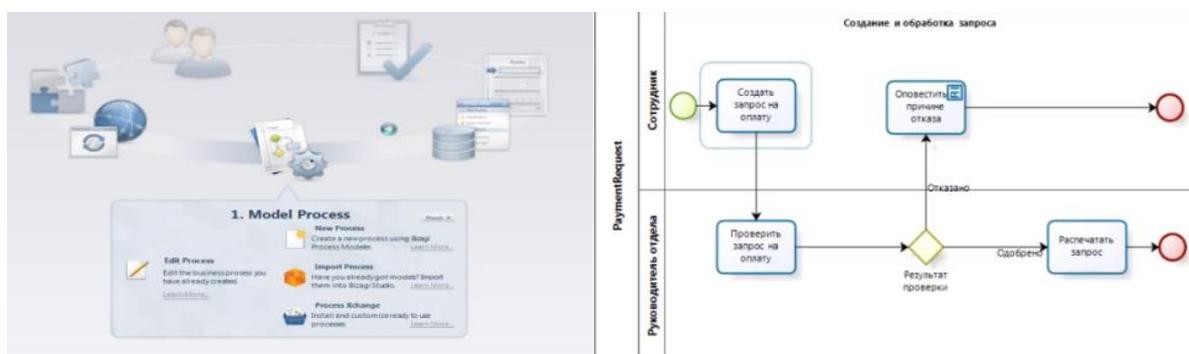


Рис. 1. Элементы моделирования бизнес-процесса

Разработка структуры данных и создание формы приведены на рисунке 2.

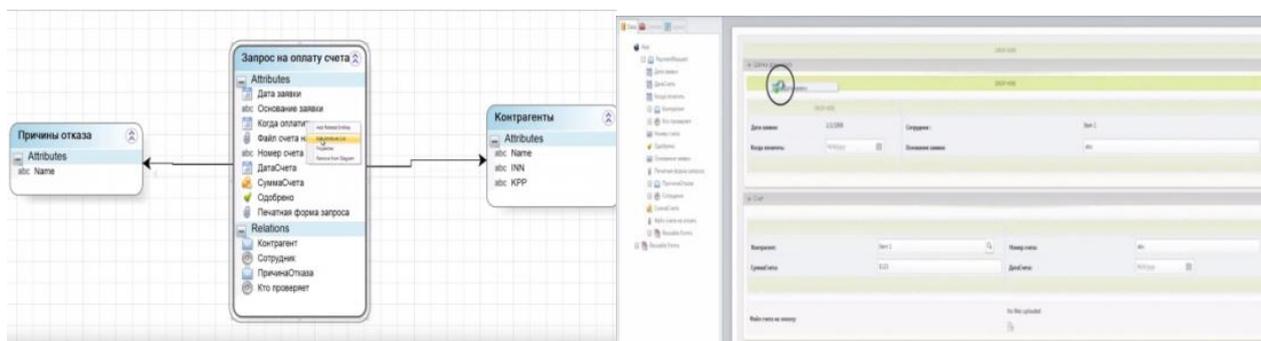


Рис. 2. Разработка структуры данных

В Bizagi предусмотрено три этапа установки бизнес-правил (рис. 3): Define Expressions – предполагает обработку условий; Activity Actions (Events) – предполагает обработку событий; Performance – предполагает обработку пользователей, работающих на том или ином этапе бизнес-процесса.

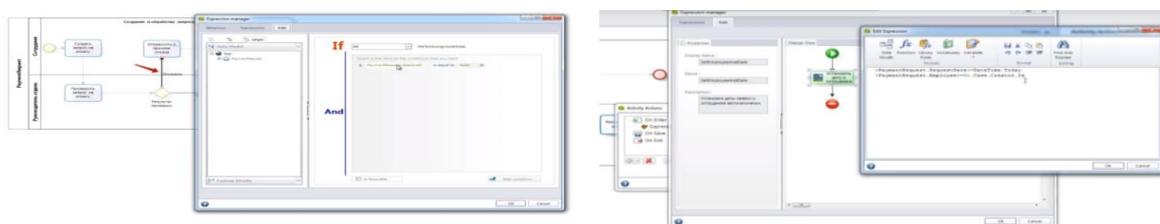


Рис. 3. Определение бизнес-правил

Создание печатной формы и исполнение бизнес-процесса даны на рисунке 4 .

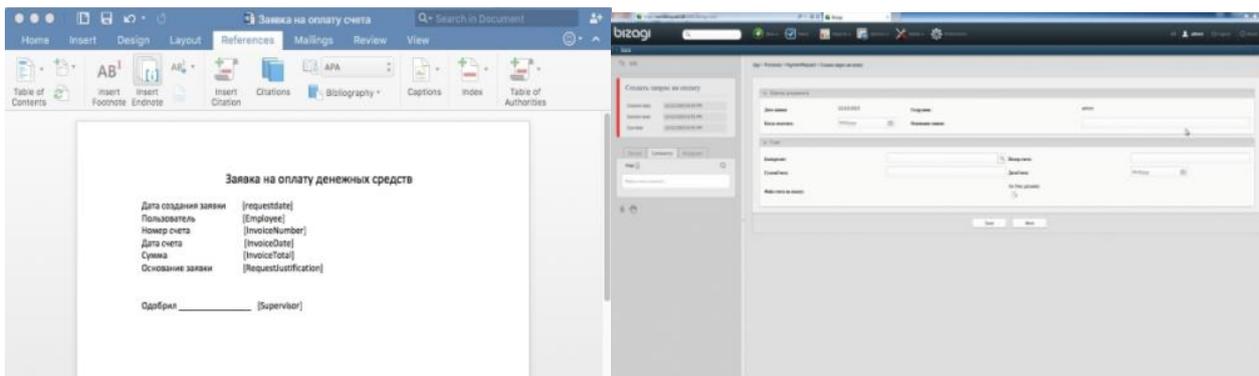


Рис. 4. Создание печатной формы и исполнение бизнес-процесса

Bizagi Modeler предлагает ряд преимуществ, включая компоненты: простота использования: интуитивно понятный интерфейс, что делает его легким в освоении даже для новичков; бесплатность: базовая версия доступна бесплатно, что позволяет пользователям использовать его без затрат; возможность создания различных типов диаграмм: поддерживает создание не только процессных диаграмм, но и диаграмм данных, организационной структуры и многих других; интеграция с другими инструментами: позволяет экспортировать диаграммы в различные форматы, такие как pdf, docx, xls, что облегчает их обмен с другими инструментами; возможность совместной работы: позволяет нескольким пользователям работать над одним проектом одновременно, что улучшает процесс совместной работы и коммуникации; поддержка шаблонов и стандартов: предоставляет доступ к библиотеке шаблонов процессов и стандартов BPMN, что помогает создавать диаграммы с соблюдением лучших практик. Bizagi Modeler позволяет пользователям легко создавать, анализировать и оптимизировать, автоматизировать процессы, создавать интегрированные системы управления и контроля.

Bizagi Modeler помогает бизнес-аналитикам и менеджерам эффективно управлять бизнес-процессами, повышая производительность и оптимизируя ресурсы. Стоимость программы зависит от выбранной лицензии и пакета услуг. Обучение специалистов по применению программы может проводиться как внутри компании с помощью специализированных тренеров, так и за ее пределами (онлайн-курсы или семинары). Расходы компенсируются за счет повышения эффективности работы, благодаря использованию программы, улучшения бизнес-процессов, сокращения времени на их разработку и оптимизацию, увеличения конкурентоспособности компании на рынке.

Список литературы

1. ISO 9001:2015. Url: <https://www.iso.org/ru/standard/62085.html> (дата обращения 20.08.2024). Bizagi Modeler Url: Process Modeling Software – Bizagi Modeler | Bizagi (дата обращения 20.08.2024).
2. Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2014. – №5. – С. 31 – 39. EDN SDMOCF

УДК 640.41

Романенко Валентина Андреевна,

бакалавр 4 курса, направление 43.03.01 «Сервис»

профиль «Социально-культурный сервис

организаций ресторанно-гостиничного бизнеса, туризма, торговли, транспорта и спортивно-оздоровительных услуг»

Стриженко А.В.

научный руководитель, к.т.н., доцент.

Краснодарский кооперативный

институт (филиал) РУК, Краснодар

ИМИДЖЕВОЕ ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ (НА ПРИМЕРЕ ООО «ДЕЛОВОЙ МИР ПЛЮС»)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *имидж предприятия, структура имиджа, формирование имиджа, имидж отеля.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлены особенности формирование имиджа отеля, этапы и инструменты формирования имиджа отеля, анализ внешнего имиджа отеля, а так же разработка предложений по его совершенствованию.*

Romanenko Valentina Andreevna,

bachelor of the 4th year, direction 43.03.01 «Service»

profile «Socio-cultural service

of restaurant and hotel organizations

business, tourism, trade, transport and

sports and wellness services»

Strizhenko A.V.

Scientific supervisor, Ph.D., Associate Professor.

Krasnodar Cooperative

Institute (branch) of RUK, Krasnodar

IMAGE POSITIONING OF A HOTEL COMPANY (USING THE EXAMPLE OF DELOVOY MIR PLUS LLC)

KEYWORDS: *company image, image structure, image formation, hotel image.*

ANNOTATION. *The article presents the features of the formation of the hotel's image, the stages and tools of the formation of the hotel's image, the analysis of the external image of the hotel, as well as the development of proposals for its improvement.*

Актуальность исследования. В современном мире существует многообразие товаров и услуг, которые компании предоставляют обществу для их потребления. Ту или иную услугу человек может получить в десятках, сотнях и тысячах компаниях, занимающимися одним и тем же делом, максимально схожим между собой.

В результате чего возникает огромная конкуренция между организациями, предоставляющими ту или иную услугу. Далеко не все компании остаются на рынке и выдерживают сильную конкуренцию, в результате чего – распадаются. Но большинство

остаётся на рынке и держит свое «имя» ни один год, а иногда и ни одно столетие, завоевав престиж и благоприятную репутацию у клиентов и общества в целом.

Основными задачами в сфере гостиничного бизнеса являются: создание конкурентных преимуществ и повышение конкурентоспособности, создание стабильной клиентуры через умение найти своего клиента, поиск и создание новых путей развития, постоянное обновление собственной политики с учетом динамично развивающегося рынка гостиничных и туристских услуг [1].

По мнению специалистов в сфере гостиничного бизнеса, понятие «гостиница» как учреждение, предоставляющее проживание на коммерческой основе и предлагающее свои удобства и услуги на продажу индивидуального или в различных сочетаниях, включает в себя ряд элементов: расположение, удобства, услуги, цены, имидж.

Следовательно, имидж не только является обязательным элементом гостиницы с точки зрения потребителя, и его создание не только взаимосвязано с другими элементами, но и создание имиджа требует большой организационной и творческой работы, однако, менее фондоемкой, чем работа по совершенствованию других элементов гостиницы. Действительно, изменить месторасположение – значит построить новое здание или вступить в новые арендные отношения; удобства требуют финансово – затратного обновления основных фондов и т.д.

– Имидж гостиницы как организации может состоять из следующих элементов:

– Индивидуальность гостиницы: история данного предприятия (социально-культурный сервис и туризм) и его состояние, миссия, цели, социальная роль, общеэкономическая роль.

– Поведение гостиницы: политика предложений, политика на рынке, программа продукта, ценовая политика.

– Дизайн гостиницы: индивидуальное исполнение всех используемых в работе объектов (бланки, униформа, стиль одежды, транспортные средства, внешняя и внутренняя архитектура).

– Коммуникации в гостинице: все средства и пути коммуникаций как внутри, так и вне компании.

– Четырехзвездочный гостиничный комплекс ООО «Деловой мир Плюс» – «Парк-отеля Троя» находится в центральной части города Краснодара.

В номерной фонд Парк-отеля Троя входят 46 изысканных номеров с планировкой, оборудованные всем необходимым, чтобы сделать отдых незабываемым и уютным. Рабочая зона номеров со столиком и стулом, телефон, телевизор 40 дюймов с широким выбором международных каналов, сейф, мини-холодильник для хранения напитков, а также набор для приготовления чая и кофе. Комплектация ванной комнаты дополнена линией косметических продуктов.

Целевая аудитория Парк-отеля Троя:

– Бизнесмены (в основном мужчины 30 – 50 лет, с доходом выше среднего). Данная категория клиентов обеспечивает наполняемость отеля в основном в будние дни. Такие клиенты, как правило, пользуются услугами конференц-зала, сервис-центра, ресторана, кафе, СПА и др.

– Корпоративные клиенты (большие группы людей, сотрудники компаний). Клиенты этой категории приезжают в отель с деловыми целями – для проведения конференций, семинаров, презентаций.

– Семьи с детьми / молодые пары без детей. Такие клиенты, как правило, пользуются большинством услуг гостиницы и остаются на 1 – 2 ночи.

– Персонал отеля – это в основном люди среднего возраста (от 25 до 45 лет), 59 % женщин и 41 % мужчин, 58 % сотрудников имеют высшее образование, причем некоторые имеют специальное образование в сфере гостеприимства и владеют иностранным языком.

По оценке экспертов Администрации города Краснодара «Парк – отеля Троя» одна из наиболее востребованных отелей города [3].

В «Парк – отеля Троя» не имеется службы, которая занималась бы непосредственно имиджем предприятия, гостиница не считает нужным этого делать, потому что она имеет своих постоянных клиентов. Коэффициент загрузки гостиницы составляет 72%.

Для нашего города, это достаточно хороший показатель и причины этого кроются в следующем:

- привлекательная ценовая политика администрации гостиницы;
- повышение качества услуг на протяжении последних лет (call-центр);
- удобное расположение здания гостиницы относительно деловых и культурных центров Краснодара;
- известность предприятия, приобретенная за 10 лет работы;
- наличие доброжелательного и профессионального персонала.

Убедится в этом, можно ознакомившись со стоимостью проживания в отеля, цена варьируется в зависимости от одноместного/ двухместного проживания:

- Стандарт SINGLE – 3500;
- Стандарт DBI – 4500;
- Стандарт TWIN -5500;
- Номер Студия -6800;
- Номер Люкс -8500;
- 2-х комнатные апартаменты – 9600.

Бронирование номеров отеля можно осуществлять как по телефону, так и через интернет. Отель «Троя» располагает своим сайтом в интернете: <https://troy-hotel.ru/index.html>.

Среди средств внешней коммуникации по формированию имиджа отель «Троя» можно назвать рекламу, общественную деятельность, связи со СМИ, участие в выставках, удачное месторасположение гостиницы, ее близость к культурным и деловым объектам города.

Отель выпускает свою полиграфическую продукцию в виде проспектов, визиток, фирменных бланков, конвертов и др.

Большое влияние на имидж отеля может оказать упоминание в СМИ такого факта, как проживание в гостинице знаменитых людей и артистов.

Подводя итог анализа деятельности отеля Троя по использованию средств внешней коммуникации для формирования имиджа гостиницы, можно сделать вывод, что работа в данном направлении ведется, но ее нельзя назвать достаточной и систематичной. На сегодняшний день для успешного развития «Парк отель – Троя» необходимо создать соответствующую службу, которая занималась бы непосредственно рекламой [2].

На основе выделенных в ходе анализа недостатков по формированию внутреннего имиджа организации следует принять соответствующие меры по их устранению.

Анализ имиджа «Парк отель-Троя» включил в себя:

- опрос гостей;
- опрос персонала;
- опрос контактной аудитории.

В целях изучения мнения клиентов об имидже «Парк отель-Троя» было проведено исследование методом анкетирования. Исходя из основных элементов имиджа гостиницы, для клиентов отеля была разработана анкета и проведено анкетирование 100 клиентов. Ответы респондентов об удовлетворенности географическим положением «Парк отель-Троя» распределились следующим образом: географическим положением полностью удовлетворены 89 %, частично – 11 %. Следовательно, место расположения отеля положительно отражается на его имидже (рисунок 1).

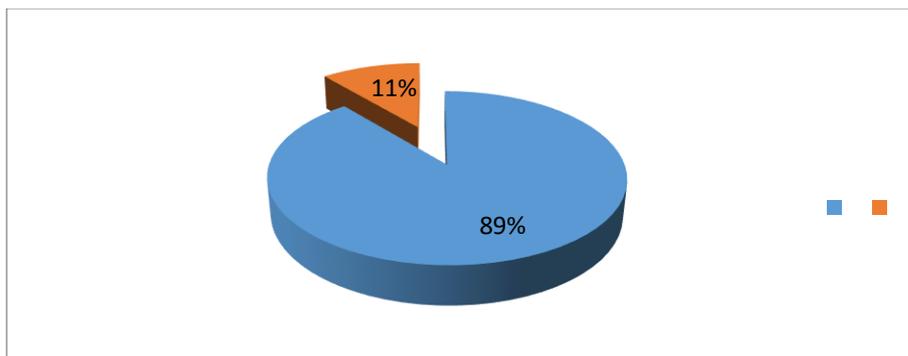


Рис. 1. Ответы респондентов об удовлетворенности географическим положением «Парк отель-Троя»

Оценка степени транспортной доступности «Парк отель-Троя» следующая: высокой ее сочли 90 %, средней – 10 %. Следовательно, транспортная доступность служит имиджу отеля (рисунок 2).

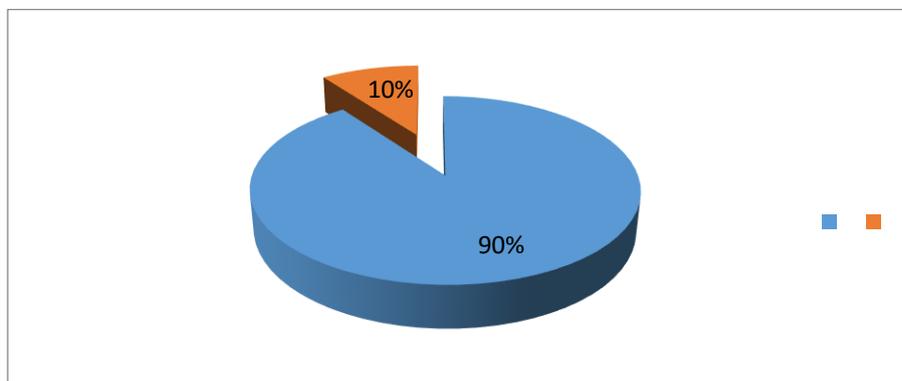


Рис. 2. Оценка степени транспортной доступности «Парк отель-Троя»

Удобство расположения отеля высоко оценили 88 %, безопасность – 98 %, комфортность района – 80 %. Следовательно, район города, в котором расположен отель, положительно отражается на его имидже (рисунок 3).

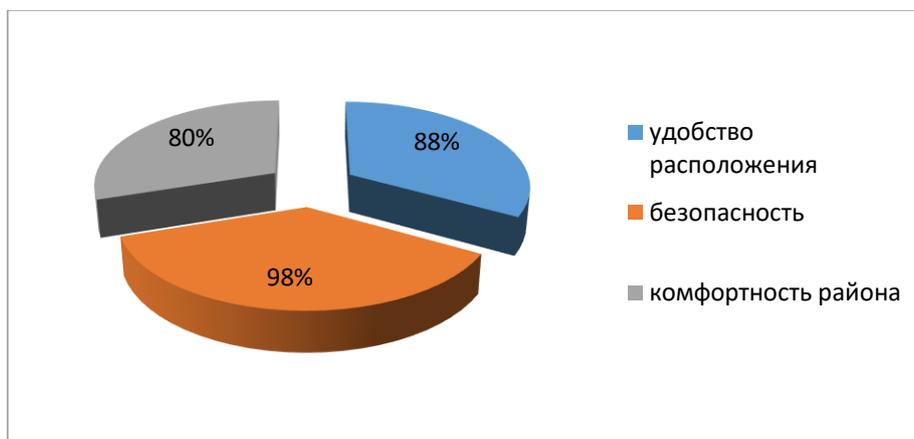


Рис. 3. Оценка удобства расположения отеля

Оценки гостями пространственного удобства отеля по 5-балльной показали достаточно высокие оценки – только 4 и 5 баллов, при этом 5 баллов поставили от 88 до 97 % опрошенных. Поэтому можно сказать, что пространственные и планировочные удобства отеля могут продолжать совершенствоваться в плановом порядке (рисунок 4).

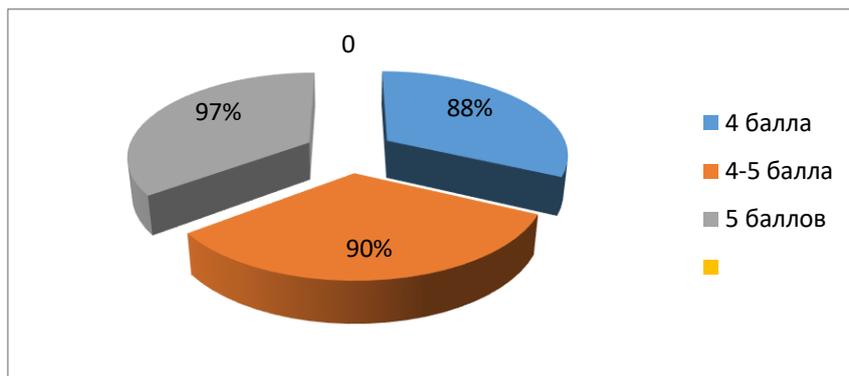


Рис. 4. Оценки гостями пространственного удобства отеля по 5-балльной показали

Оценка гостями ценовой политики отеля достаточно высока: подавляющее большинство (86%) цены устраивают.

Оценки гостями услуг «Парк отель-Троя» по 5-балльной системе также оказались достаточно высокими: 5 баллов поставили от 3 до 40 %, 4 балла – от 60 до 97 %. Чаще всего 4 балла проставлялись таким услугам, как: бронирование, размещение, обслуживание в номерах, создание условий. Следовательно, над их совершенствованием необходимо работать (рисунок 5).

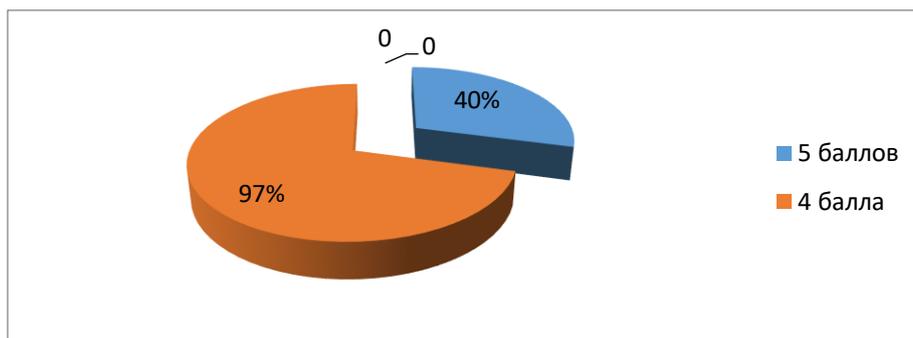


Рис. 5. Оценки гостями услуг «Парк отель-Троя» по 5-балльной системе

Оценка гостями работы персонала по 5-балльной системе оказались ниже, чем иные аспекты имиджа отеля. Так, 3 балла были поставлены директору (3%), администраторам (2%), вспомогательному персоналу (4%). Высоко была оценена работа горничных (24%) и администраторов (14%) опрошенных поставили 5 баллов (рисунок 6).

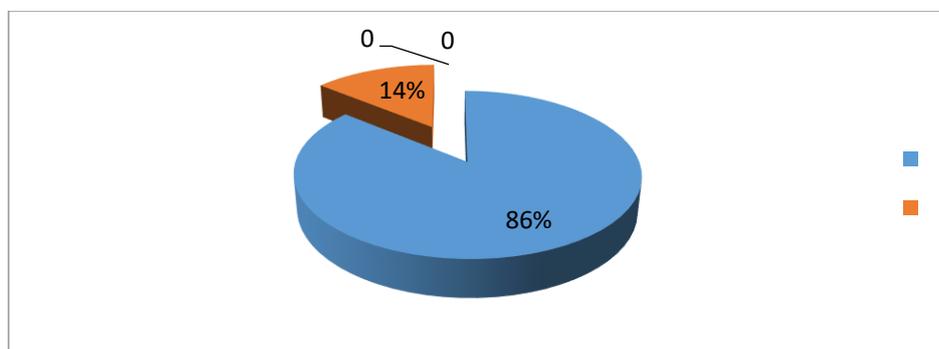


Рис. 6. Оценка гостями ценовой политики отеля

О достаточно позитивном имидже «Парк отель-Троя» говорит желание респондентов всегда становиться гостем именно отеля, сформированное у 80% опрошенных.

К сожалению, респонденты практически не высказали свои пожелания, чем бы работники отеля смогли сделать пребывание в отелей более комфортным.

В основном гости отмечали положительную работу отдельных горничных и администраторов, передавали приветы персоналу, либо выражали незначительные желания, например, цветы в номерах, смену цветовой гаммы в вестибюле и др.

Рекомендации совершенствования имиджа «Парк отель-Троя».

Как показали опросы, имидж отеля достаточно позитивный, и если бы растущая конкуренция, можно было бы ограничиться поддержкой существующего имиджа.

Однако, наличие необходимых ресурсов улучшения имиджа «Парк отель-Троя» требует их реализации.

При этом необходимо отметить, что основным ресурсом улучшения имиджа отеля является его сплоченный и стабильный коллектив, высокий уровень организационной культуры, командные методы работы и доброжелательно-требовательное администрирование.

Имиджмейкинг-мероприятия в «Парк отель-Троя» предлагается разрабатывать в наиболее простом и доступном для работников направлении – в направлении совершенствования тех позитивных черт отеля, которые являются для его гостей наиболее привлекательными.

В то же время необходимо активизировать PR-действия, дающие возможность популяризации отеля «Троя» информированию аудитории о качественных услугах данного отеля.

Так как имидж предприятия наиболее успешно формируется не у каждого его адресата в отдельности, общественное мнение играет большую роль в совершенствовании имиджа отеля.

Поэтому в разработке мероприятий по совершенствованию имиджа «Парк отель-Троя» нужно учитывать наиболее ценное для современного человека. Таковым с уверенностью можно назвать:

- стремление к безопасности: гостиница должна обеспечивать безопасность здоровья (охрана, исправность оборудования, гигиеничность, честность персонала),
- стремление к дружеским контактам, эмоциональному теплу и комфорту: гостиница должна обеспечить максимальное гостеприимство, доброжелательность.

Причем степень дружелюбия должна быть адекватна ожиданиям гостей. Так, частые постояльцы любят поговорить со знакомым персоналом, почувствовать, что они приехали «к своим». Такие гости с благодарностью воспринимают дополнительные вопросы персонала, предлагаемые услуги.

Таким образом, объектами работы по повышению имиджа отеля «Парк отель – Троя» должны стать: гости отеля, контактная аудитория и воздействие на общественное мнение должно быть комплексным и осуществляться методами PR.

Список литературы

1. *Курачева, М. Е. Имидж гостинично-ресторанного предприятия: учебное пособие* / М. Е. Курачева. – Москва : РУТ (МИИТ), 2018. – 65 с.
2. *Котлер, Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов* / Ф. Котлер, Дж. Боуэн, Дж. Мейкенз; пер. с англ. – 4-е изд., перераб. и доп. – М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. – 1071 с.
3. *Муртузалиева, Т. В. Маркетинг услуг гостеприимства и туризма : учебно-практическое пособие для бакалавров* / Т. В. Муртузалиева, Т. П. Розанова, Э. В. Тарасенко. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2022. – 166 с

УДК 338.46

Гончарук Валерия Владимировна,

студент магистратуры

Институт истории и международных отношений

Направление: «Инновационный сервис»

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского», Саратов

lera-goncharuk@mail.ru

Раевская Елена Александровна,

научный руководитель, канд. соц. наук, доцент

Институт истории и международных отношений

Направление: «Инновационный сервис»

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет имени Н.Г. Чернышевского», Саратов

raevskaya.park@gmail.com

ВЫБОР МЕТОДА ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ В ИНДУСТРИИ КРАСОТЫ КАК ОСНОВА УПРАВЛЯЮЩЕГО ВОЗДЕЙСТВИЯ В ОБЛАСТИ КАЧЕСТВА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *индустрия красоты, исследование качества, качество, услуги, оценка качества, потребитель, сервис, специфика сферы услуг.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются основные наиболее распространенные методы оценки качества услуг применительно к индустрии красоты. Рассмотрены такие модели качества услуг как SERVQUAL, тайный покупатель, INDSERV, метод Э.Р. Кедотта и Н. Тергена. Помимо этого описываются особенности оценки качества услуг, а также достоинства и недостатки применения перечисленных методов.*

Goncharuk Valeria Vladimirovna,

Master's degree student

Institute of History and International Relations

Direction: "Innovative service"

Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky

Saratov

lera-goncharuk@mail.ru

Raevskaya Elena Alexandrovna,

Scientific supervisor, Candidate of Social Sciences, Associate Professor

Institute of History and International Relations

Direction: "Innovative service"

Saratov National Research State University named after N.G. Chernyshevsky

Saratov

raevskaya.park@gmail.com

THE CHOICE OF A METHOD FOR EVALUATING THE QUALITY OF SERVICES IN THE BEAUTY INDUSTRY AS THE BASIS FOR QUALITY MANAGEMENT

KEYWORDS: *beauty industry, quality research, quality, services, quality assessment, consumer, service, specifics of the service sector.*

ANNOTATION. The article discusses the main most common methods of evaluating the quality of services in relation to the beauty industry. Such models of service quality as SERVQUAL, mystery shopper, INDSERV, the method of E.R. Kedott and N. Tergen are considered. In addition, the features of evaluating the quality of services are described, as well as the advantages and disadvantages of using these methods

Индустрия красоты сегодня – не только динамично развивающаяся сфера бизнеса, но и большая часть сферы гостеприимства. Как и в любом другом направлении сферы обслуживания любое взаимодействие с людьми – это всегда вопрос персонифицированной коммуникации, часто субъективно оцениваемой. Специфической и сложной для оценки качества предприятия индустрии красоты также является ещё и в силу индивидуального воздействия стандартных услуг на каждого потребителя. Именно ввиду данной специфики, а также усиливающейся конкурентной борьбы на рынке предприятий индустрии красоты, вопросы системного управления качеством представляются актуальными и практически важными.

Инструментарий оценки качества услуг ограничен спецификой предоставляемых на предприятиях индустрии красоты услуг. Показатели, используемые при оценке качества услуги, имеют особенности:

- качество услуг бывает довольно сложно оценить численно;
- услуги часто имеют материальную часть, но и её довольно сложно оценить;
- потребители услуг непосредственно становятся участниками процесса оказания услуги и от них также часто зависит качество результата от полученной услуги;
- производство и потребление услуг происходит одновременно;
- нет точной информации о прошлой оценке качества предоставляемых услуг конкретной организации, что бывает важно для сравнительного анализа;
- невозможно сначала испытать качество услуги, а потом тут же его усовершенствовать;
- комплексность качества услуги;
- субъективизм в оценке качества услуги.

К сожалению, оценка качества таких услуг всегда носит субъективный характер и нуждается в детальной проработке. Именно поэтому от выбора инструмента зависит как качество самих получаемых данных, так и выводы, которые на основе этих данных будут сформулированы.

В данной статье мы рассмотрим лишь часть методов, подходящих для оценки качества услуг предприятия индустрии красоты, самые распространённые и представляющиеся наиболее достоверными. Одним из таких методов является пятиступенчатая модель качества (модель различия качества услуг). Эта модель была создана В. Цейтхамлом, Л. Берри и А. Парасураманом. Несмотря на то, что основы подхода были опубликованы авторами ещё 1985 года, сам метод широко применяется и в настоящее время. Метод получил название SERVQUAL от аббревиатур английских слов «Service» и «Quality». Интересной особенностью метода является то, что использовать её можно как для оценки качества потребителями услуг, так и для оценки персоналом – качества услуг, которые им же и предоставляются. Это иногда имеет важное значение для решения проблем во внутренней среде предприятия.

- Метод SERVQUAL заключается в определении 5 критериев качества обслуживания:
- Tangibles: физическое состояние, всё то, что потребитель может увидеть, ощутить органами чувств, всё, что относится к физическому уровню восприятия качества услуги. Например, внешний вид сотрудников, помещений, чистота, запах, свет внутри помещений,
- Reliability: надёжность – точность сроков и обговоренных цен, а также соответствие прогнозируемому результату.
- Responsiveness: отзывчивость – то, как легко, по субъективному представлению потребителей, представители организации реагируют на их пожелания и просьбы.

– Assurance: уверенность – насколько персонал, оказывающий услуги, вызывает доверие у потребителя, например, Ощущение клиентом своей безопасности на территории организации, Визуальные показатели профессионализма, такие как внешний вид, униформа, сертификаты об образовании, размещенные в помещениях.

– Empathy: эмпатия, в рамках указанной модели – это особое отношение к каждому отдельному потребителю, учёт именно его персональных особенностей, стремление к пониманию его индивидуальных потребностей и желание удовлетворить их, предоставив грамотный индивидуальный сервис.

– Подход SERVQUAL заключается в выявлении несоответствия между фактическим восприятием и ожиданиями пользователей услуг. На практике этот подход может быть реализован с помощью опросов потребителей с помощью специально разработанной анкеты.

Для создания такого опросника необходимо выбрать все пять параметров и под каждый из них прописать конкретный пример того, каким образом он может быть выражен в сервисе вашей организации. Анкета должна состоять из трех разделов: ожидание, восприятие и важность. Каждый из этих разделов содержит 22 утверждения, которые могут быть использованы для оценки критериев качества, описанных выше. Потребители услуг оценивают качество утверждений, оценивая их по пятибалльной шкале Лайкерта (от «совершенно согласен» до «совершенно не согласен»).

Первая часть анкеты оценивает ожидания клиентов в отношении стандартов качества. Вторая часть опросника отражает восприятие клиентами качества существующих услуг и степень соответствия их первоначальным ожиданиям. Третья часть анкеты оценивает восприятие клиентами важности конкретных стандартов качества услуг. Полученная информация служит основой для расчета показателей качества услуг.

Метод SERVQUAL не только очень прост в использовании, но и позволяет визуализировать результаты, и может применяться без специального обучения и привлечения сторонних специалистов. Эти положительные моменты делают его очень популярным в практическом использовании в организациях. Есть у этого метода и недостатки, такие как: частые непреднамеренные ошибки клиентов, отсутствие критериев качества для каждого выбранного показателя, трудоемкие интервью и недостаток информации о качестве услуг. Тем не менее, модель оценки качества SERVQUAL представляется настолько объективным, насколько это возможно в сфере сервиса в принципе.

Ещё одним из наиболее распространенных методов оценки качества услуг является «тайный покупатель». Здесь оценивают качество услуг не потребители, а специально подготовленные эксперты. В этом заключается одновременно и преимущество метода, и недостаток. Этот метод заключается в сборе фактических данных о качестве обслуживания клиентов и оформлении их в специально структурированную анкету. Информация, полученная в результате наблюдений, используется для оценки соответствия стандартам и выявления слабых мест в практике обслуживания клиентов. Этот метод может быть использован в долгосрочной программе управления качеством и служит основой для поощрения обслуживающего персонала. Преимущество использования подготовленного эксперта для оценки качества сервиса в том, что такой человек видит больше деталей и разбирается в тонкостях обслуживания, знает, как «должно быть». Это позволяет получить более адекватную оценку качества услуг. Обычный же клиент всегда субъективен, хотя и эксперт тоже, но в гораздо большей степени. С другой стороны, опросы именно реальных клиентов позволяют получить представление о том, как они хотят чтобы был организован сервис.

Интересным методом оценки качества услуг является модель INDSERV, разработанная С. Гоунарисом. В рамках этой методики проводится анкетирование и ранжирование каждого фактора оценки по степени важности для потребителя услуг.

Следующий метод – метод Э.Р. Кедотта и Н. Тергена. Это качественно-количественный метод, специфичен тем, что позволяет оценить как отдельные услуги, так и элементы услуг.

По мнению авторов метода все элементы услуги можно разделить на 4 группы в зависимости от характера восприятия потребителями: критические, нейтральные, удовлетворенные и разочарованные:

Критические элементы являются обязательными компонентами услуги и определяют минимально необходимый адекватный уровень. Нейтральные элементы – это элементы, которые оказывают незначительное (или вообще не оказывают) влияние на удовлетворенность потребителя (например, цвет униформы персонала, расположение парковочных мест). Удовлетворительные товары могут вызвать положительную реакцию потребителей, если их ожидания оправдались. В то же время, если ожидания оправдались или не оправдались, потребительской реакции не последует. Если фрустрирующий элемент не будет выполнен, это вызовет негативную реакцию потребителей. Выполнение этих элементов необходимо, но в то же время улучшение их качества не приведет к повышению уровня удовлетворенности.

Аналитическим инструментом метода является сводная таблица, в которой перечислены основные элементы качества обслуживания и параметры для оценки этих элементов. Разработчики метода установили такие параметры, как: степень сожаления, эмоциональный уровень потребителя при неправильном исполнении и эмоциональный уровень потребителя при выполнении неправильной операции. Параметры оцениваются в баллах. Затем, после статистической обработки для каждого оценочного листа, рассчитываются среднее и средневзвешенное значение баллов качества услуг.

Есть методы оценки качества услуг, основанные на общем впечатлении клиента от обслуживания. Одной из ключевых подобных метрик является Customer Satisfaction Score (CSS) – это показатель удовлетворенности клиентов сервисного предприятия. С помощью этого показателя можно замерить уровень удовлетворенности клиентов услугами предприятия индустрии красоты. CSS можно замерять с помощью анкет, отправляемых клиентам после завершения процесса обслуживания, либо с помощью телефонных опросов.

Ещё одной метрикой, которая может быть использована для оценки качества услуг в целом, является Net Promoter Score (NPS) – показатель, который отражает готовность клиентов рекомендовать продукты или услуги компании своим знакомым. NPS измеряется с помощью вопроса: «На сколько вы вероятно рекомендовали бы нашу компанию своим друзьям или знакомым?» и оценивается на шкале от 0 до 10.

Последние две модели оценки качества услуг – количественные, широко используются западными компаниями, часто автоматизировано, что позволяет проводить опросы регулярно, сразу после завершения процесса обслуживания, делать ретроспективный анализ, смотреть, как изменились показатели после улучшений или нововведений.

Последняя из описанных методик была применена нами в собственном эмпирическом исследовании на предприятии индустрии красоты – в салоне красоты «Salon's», г. Саратов. Было проведено анкетирование клиентов путём рассылки им на телефонные номера ссылки на анкету.

В анкете было 3 вопроса, 2 касающихся непосредственно самого потребителя, 1 – это выявление индекса Net Promoter Score (NPS). В результате опросы все респонденты были поделены на 3 группы – критики (те, кто давал самые низкие оценки), нейтралы (средние показатели) и промоутеры (те, кто ставил самые высокие оценки). В результате опроса 300 клиентов (50% общей клиентской базы салона) был выявлен индекс лояльности потребителей. Для проведения исследования был использован ресурс <https://www.testograf.ru/> – для генерирования опроса и рассылки потребителям по собственной базе салона. Далее руководством предприятия были взяты в работу все три группы респондентов. Для выявления ошибок в оказании услуг проводилась работа с критиками: им звонил администратор и расспрашивал о том, почему были поставлены такие оценки, что именно не понравилось клиенту, как исправить ситуацию. Нейтралов благодарили за прохождения опроса и предлагали скидку на посещение салона. А с промоутерами проводили иную работу:

предлагали оставить отзыв на ресурсах Яндекс и 2ГИС о работе салона за небольшое вознаграждение – подарок в их следующее посещение.

Итак, вдумчивый подход к оценке качества услуг позволяет сервисным организациям выявить слабые места в своих системах управления качеством и дать обоснованные рекомендации по постоянному повышению качества и удовлетворенности клиентов. Выбор оптимального метода оценки качества зависит от спецификаций деятельности организации и ее возможностей. Оценка качества предоставляемых услуг является, можно сказать абстрактной категорией, и именно это объясняет наличие различных по своей сути методов оценки. Каждый метод применяют в зависимости от вида сервисного обслуживания, от целей исследования, от того, какой результат хочет получить исследователь в конечном итоге, какую проблему решить.

Список литературы

1. *Абакумова, И.В.* Обучение и смысл: смыслообразование в учебном процессе (Психолого-дидактический подход). Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2013. – С. 262.
2. *Бондырева, С.К.* Психолого-педагогические проблемы интегрирования образовательного пространства: Избранные труды. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2023. – С. 26.
3. *Гура, В.В.* Теоретические основы педагогического проектирования личностно-ориентированных образовательных ресурсов и сред. – Ростов-на-Дону, Изд-во ЮФУ, 2007. – С. 52.
4. *Дегтярева, Т.С.* Иностранный язык как фактор становления поликультурного личностно развивающего образовательного пространства вуза: Автореф. дисс. канд. пед. наук. – Ростов-на-Дону, 2010. – 23 с.
5. *Симаева, И.Н.* Инклюзивное образовательное пространство / И.Н. Симаева, В.В. Хитрюк // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2014. – №5. – С. 31 – 39. EDN SDMOCF

УДК 316.343.653

Киселева Римма Фаридовна,

SPIN-код: 6335-1560

директор ООО «Хоспиталити Групп»

эксперт по организации гостиничного бизнеса

соискатель ученой степени кандидата экономических наук

Лазарева Елена Иосифовна

SPIN-код: 6655-8660

Научный руководитель, доктор экономических наук, профессор

Южный федеральный университет, Факультет управления, Кафедра инновационного и

международного менеджмента (Ростов-на-Дону)

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ КОМПЕТЕНЦИЙ УПРАВЛЕНЧЕСКИХ КАДРОВ ГОСТИНИЧНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ КАДРОВОГО ГОЛОДА ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА. ТРЕКИНГ ГОСТИНИЧНОГО БИЗНЕСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *компетенция, «сознание хозяина», KPI, финансовый менеджмент, трекинг гостиничного бизнеса, трекер.*

АННОТАЦИЯ. В статье рассмотрены актуальные требования с точки зрения компетенций к управленческим кадрам гостиничных предприятий. Отражены изменения по функциональным запросам к управляющим и генеральным менеджерам средств размещения после пандемии COVID-19, введение новых форматов управления гостиничными предприятиями. Проведено исследование по основным востребованным навыкам современных управленцев гостиничных кадров в эпоху цифровизации. Отражены основные проблемы беспрецедентного кадрового голода индустрии гостеприимства в 2024 году.

Kiseleva Rimma Faridovna,

SPIN code: 6335-1560

Director of Hospitality Group LLC, expert in the organization of the hotel business
candidate of the degree of Candidate of Economic Sciences

Lazareva Elena Iosifovna

SPIN code: 6655-8660

Scientific supervisor, Doctor of Economics, Professor
Southern Federal University, Faculty of Management, Department of Innovation and International
Management (Rostov-on-Don)

ACTUAL PROBLEMS OF COMPETENCIES OF MANAGERIAL PERSONNEL OF HOTEL ENTERPRISES IN CONDITIONS OF PERSONNEL SHORTAGE IN THE HOSPITALITY INDUSTRY. TRACKING THE HOTEL BUSINESS

KEYWORDS: *competence, "host consciousness", KPI, financial management, hotel business tracking, tracker*

ANNOTATION. *The article considers the current requirements from the point of view of competencies for the management personnel of hotel enterprises. Changes in functional requests to managers and general managers of accommodation facilities after the COVID-19 pandemic, the introduction of new management formats for hotel enterprises are reflected. A study was conducted on the main demanded skills of modern managers of hotel personnel in the era of digitalization. The main problems of the unprecedented shortage of personnel in the hospitality industry in 2024 are reflected.*

Российский туризм открыл новую страницу развития после пандемии COVID-19. Введение национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимство» стало шагом для внезапного толчка к развитию отрасли страны. Показатели инвестиционной активности частного бизнеса по расширению рынка, открытию новых средств размещения беспрецедентны за последние десятилетия – «инвестиции в туризм в 2023 году превысили 800 млрд рублей» [1]. Тем не менее 2024 год для туристического бизнес-сообщества ознаменовался колоссальным ухудшением кадрового обеспечения гостиничных предприятий: лидеры и эксперты рынка смело заявляют, то такого «кадрового голода» линейного и управленческого персонала еще не наблюдали. По последним официально опубликованным цифрам на сайте Правительства РФ на август 2024 год в отрасли задействовано только миллион человек [2], что является почти в два раза меньше, чем в 2019 году. Несмотря на активную деятельность национального проекта, развитие государственной поддержки в сфере образования, расширения возможностей получения бесплатной подготовки, переподготовки, прохождения курсов повышения квалификации, создание Федерального ресурсного кадрового центра, в стране наблюдается активный отток специалистов из индустрии гостеприимства. По данным доклада Дмитрия Чернышенко «более 73 тыс. бюджетных мест выделено в колледжах и вузах для студентов по специальностям в сфере туризма и

гостеприимства» [2]. Однако, несмотря на огромные усилия государства, уровень заработных плат, к сожалению, остается самым низким среди всех отраслей. Это официально признают лидеры, эксперты бизнес-сообществ и индустрии гостеприимства. Средняя заработная плата администратора службы приема и размещения составляет от 35 до 45 тыс. руб., управляющего же в регионах – от 35 до 75 тыс. руб.

В связи с острой нехваткой линейного персонала возможность построения управленческой карьеры также замедляется. Вопрос и к компетенциям руководителей, которые в отличие от заработных плат только растут и расширяются. Увеличивается нагрузка и внимание со стороны контролирующих органов, увеличивается законодательная ответственность за соблюдение требований по антитеррористической защищенности, пожарной безопасности, растут инвестиционные затраты, касающиеся вопросов классификации и требований соответствия той или иной категории средств размещения. К слову, на теневом рынке до сих пор продолжают существовать нелегальные малые отели, в частности в регионах. Вход на инвестиционный гостиничный рынок за счет строительства загородных отелей становится не таким привлекательным, чем открытие глэмпингов, которые получают существенные формы поддержки со стороны государства и пока не требуют специальной классификации. Большое количество загородных средств размещения требуют вахтового метода работы персонала, в том числе постоянное присутствие управленцев, что не совсем удобно для опытных и семейных кандидатов. Более того, ФОТ (фонд оплаты труда) в частном бизнесе так же не растет, и низкие заработные платы отрасли на сегодняшний день составляют самую большую точку: объем физических и интеллектуальных затрат, требований с точки зрения образования и компетенций не соответствует реальной стоимости труда, которую готовы платить работодатели. Отельные, эксперты отрасли бьют тревогу. Жадность и скупость владельцев отелей, как никогда, прослеживается на сегодняшний день.

Кадровый голод отрасли усиливается, и радужных перспектив пока не намечается. Гостиничный бизнес – низкомаржинальный бизнес. Более того страна подошла и к огромной демографической яме, связанной с низким ростом рождаемости в 90-е годы. Политическая обстановка, касающаяся военной операции, последствия пандемии, стандартный рост цен, инфляции – все это превращается в «снежный ком» для индустрии.

Еще одним фактором, усугубляющим кадровый вопрос является сокращение трудовых мигрантов, которые работали в индустрии гостеприимства. И также не стоит забывать, что современная молодежь все-таки не так способна к интенсивному труду, что является огромной бедой поколения и одной из первостепенных проблем. Отсутствие понимания специфики работы, опыта, мотивации прослеживается у большинства молодых сотрудников, приходящих на управленческие должности. Отсутствует популяризация, благородство профессий индустрии гостеприимства – скорее интереснее быть отельным блогером, чем сотрудником отеля или перспективным управленцем. К сожалению, решить эти проблемы не удастся за выставленный срок деятельности национального проекта, так как требуется серьезная проработка, системная работа, подход с различных сфер. Данная ситуация является следствием нерешаемых длительные десятилетия проблем. На сегодняшний день ситуация только усугубляется. Автор данной статьи также бьет тревогу относительно компетенций управляющих.

Качественно поставленная работа гостиничного предприятия всегда подвергается стандартизации. Стандартизация является драйвером четко налаженной работы: от стандартов обслуживания, встречи клиента до речевых скриптов ответа администратором по телефону. Однако, единого стандарта на функционал, работу, должностные обязанности, компетенции современных управляющих средств размещения не существует в реальном рынке. В связи с тем, что все гостиницы совершенно различны по размеру, объему номерного фонда, типу, «звездности» в конце концов, организационная структура везде совершенно разная. Более того, разное и представление об управлении гостиницей у владельцев и собственников. Исходя из этого, кадровый вопрос также остро стоит из-за перегрузки трудовыми

обязанностями, совмещения функционала далеко не совмещаемых должностей в лице управляющих гостиниц. Проблема кроется именно в экономии ФОТ (фонда оплаты труда) собственниками бизнеса и не достаточным пониманием реальных необходимых в гостиничном бизнесе компетенций управленцев, а также истинной компетенции.

Что же такое компетенция и компетентность управленческих кадров гостиничных предприятий на сегодняшний день?

Большакова и Тульбикаева определяет компетенции, «как элементы результатов образования. При этом подчеркнем, что компетенции включают когнитивную составляющую (знания, умения, навыки), а также аффективную (эмоции) и волевую составляющую» [3].

Компетентность – образованность, пригодность для выполнения деятельности в ведущих сферах производства и сфер обслуживания и поведения в любой ситуации;

Компетенции – полномочия, которыми наделяется человек (организация).

«Заметим, что понятие «компетентность» изначально употреблялось в философии, математике, психологии, социологии. Дж. Равен выделяет сущность понятия компетентности через перечисление независимых компонентов, относящихся к различным сферам (когнитивной, эмоциональной и др.)» [4]. При этом Дж. Равен перечисляет ключевые компетентности, которые он определяет через такие категории, как «готовность», «способность» и психологические характеристики: «самоконтроль», «уверенность», «ответственность».

«Особого внимания заслуживают исследования профессора, доктора психологических наук, академика РАО И.А. Зимней [5], посвященные данной педагогической проблеме. Автор следующим образом производит толкование самого понятия компетенция «...это актуальное, формируемое личностное качество как основывающаяся на знаниях, интеллектуально и личностно-обусловленная социально-профессиональная характеристика человека, его личностное качество». Основой этого интегративного качества выступают знания, умения, навыки, опыт, ценности и склонности личности к социально-профессиональной деятельности. Выделяются ключевые, профессиональные, учебные и социальные компетентности.

«Рядом с понятием «компетентность» очень часто оказывается понятие «компетенция». В энциклопедическом словаре находим следующее определение компетенции (от лат. *competere* добиваюсь; соответствую, подхожу): круг полномочий, предоставленный законом, уставом или иным актом конкретному органу или должностному лицу; знания и опыт в той или иной области, в которой данное лицо обладает познаниями, опытом» [6].

И другой взгляд. «Компетентность включает такие элементы, как личностные ценности, социально-политические ограничения, базовую подготовку (знания, способы действий, опыт творчества), компетенции (из них родовые: коммуникация, сотрудничество, лидерство, новаторство) как комплексы разнородных личностных качеств (когнитивных, аффективных, волевых)» [7].

Иными словами, подход к понятиям в принципе близок, но на сегодняшний день в реальном гостиничном рынке нет такого внимания на истинные компетенции и компетентность. В связи с запросом на компетентные обученные управленческие кадры гостиничных предприятий, «в системе образования на ближайшее будущее утверждена рамка компетенций, включающая общекультурные, базовые, общепрофессиональные и профессиональные компетенции. В исследовательской программе, реализуемой нами поставлена задача по определению интегративных методологических подходов, позволяющих учесть разные аспекты формирования личности профессионального специалиста в контексте его осознанного участия в решении глобальных и национальных целей устойчивого развития» [8].

Иными словами, компетентность – это опыт и профессионализм. Если же владельцы гостиниц считают, что компетентность стоит дорого, то стоит учесть, что некомпетентность выходит бизнесу гораздо дороже.

Эффективный менеджер – это активный деятель, одновременно адаптирующийся к действительности и приспособляющий действительность к себе. Развитие субъектности менеджера обеспечивает процесс передачи ему власти. Передача власти обычно включает «стандартный» набор управленческих задач: разработку совместно с владельцем концепции развития предприятия, постановку бизнес-планирования и основных процедур управления. Для успешного делегирования необходимо исчерпывающее описание полномочий и ответственности собственника и менеджера.

«Современная система контрольных показателей эффективной деятельности базируется на двух взаимосвязанных и взаимозависимых столпах: полностью оформленной, упорядоченной и поддающейся измерениям модели бизнеса и четко определенном процессе использования результатов измерения контрольных показателей. В условиях перемен эффективность самого менеджера оценивается по следующим критериям: предприимчивость; ориентация на конечные результаты; готовность принять неопределенность и непредсказуемость; готовность к переменам и их восприятие как неожиданные благоприятные возможности» [9].

На сегодняшний день существует профессиональный стандарт управляющего гостиничного предприятия [10]. Однако, на сегодняшний день в реальном гостиничном бизнесе профессиональный стандарт не используется в полной мере. Во-первых, нет такого количества специалистов с профильным образованием на вакансии управленцев; во-вторых, малые средства размещения – с номерным фондом 50 и менее номеров – предусматривают многофункциональность и совмещение функциональных должностей различных специалистов в лице управляющего в зависимости от специфики и типа гостиничного предприятия. Поэтому на практике профессиональный стандарт на самом деле не всегда применим на практике и является только эталоном, не более.

Наиболее актуальными компетенциями стали: предпринимательская жилка управленца, организационные способности, мультифункциональность, то есть возможность заменить в какой-то степени выпадающий средний менеджмент, инновационный подход, а также огромная выдержка и умение решения производственных вопросов 24 часа в сутки. Это те качества, которые больше всего ценятся на сегодняшний день в связи с отсутствием кадров, кадровым голодом. Стоит отметить, что и работодатели готовы закрывать глаза на отсутствие формального профильного образования, принимая на работу людей, готовых работать и полностью отдаваться индустрии гостеприимства.

На сегодняшний день национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» ставит высокие показатели до 4,7 млн. человек, компетентных специалистов, вовлеченных в отрасль [11]. На сегодняшний день эти цифры пока не реальны, более того на сегодняшний день, как было указано выше, тенденция на уменьшение, отток персонала в индустрии гостеприимства. Одной из причин и является максимальная требовательность и многофункциональность реальных вакансий управляющих, руководителей гостиничных предприятий. В связи с бурным развитием отрасли «Положение о классификации гостиниц» также напоминает экспертам по классификации о требованиях к управленческим кадрам [12]. К сожалению, на практике процедуры классификации отражают также низкий уровень подготовки управленцев и в принципе сотрудников гостиниц. Более того, противоречия законодательства не дают точный и объективный подход к оценке персонала отеля.

«Сегодня эффективное лидерство в гостиничном бизнесе – это не просто набор управленческих техник, а синтез глубокого понимания специфики отрасли, способности видеть перспективы и вести за собой команду к достижению общих целей. Оно требует не только умения управлять ресурсами и процессами, но и способности формировать видение будущего, адаптироваться к быстро меняющимся условиям рынка и вдохновлять сотрудников на достижение выдающихся результатов. Сфера гостеприимства постоянно трансформируется, поэтому лидер должен быть гибким, готовым адаптироваться к новым технологиям, трендам и растущим потребностям клиентов» [13].

Резюмируя вопросы компетенций, на сегодняшний день выявлено снижение планки по уровню компетенций к управляющим гостиничных предприятий с точки зрения базового образования. Крайне необходимы рабочие руки и головы для того, чтобы вытягивать гостиничные предприятия на рынок и строить стратегии продаж. Кадровый голод порождает отсутствие возможности выбора на рынке компетентных специалистов для того, чтобы гостиничные предприятия могли быть более конкурентноспособными. Отсутствие четкого стандарта компетенций не будет определено никогда в связи с разницей типов средств размещения и подходов управления. Поэтому стандартизация в данном вопросе в принципе невозможна на реальном гостиничном рынке

Список литературы

1. Российское Государственное Федеральное Информационное Агентство «ТАСС», – URL: <https://tass.ru/ekonomika/20385769>
2. Официальный сайт Правительства России. – URL: <http://government.ru/news/52474/>
3. Большакова Земфира МаксUTOвна, Тулькибаева Надежда Николаевна Компетенции и компетентность // Вестник ЮУрГУ. Серия: Образование. Педагогические науки. 2009. №24 (157). – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kompetentsii-i-kompetentnost> (дата обращения: 31.08.2024).
4. Равен, Дж. Компетентность в современном обществе / Дж. Равен. М.: КОГИТО ЦЕНТР, 2002. – 200 с.
5. Зимняя И.А. Ключевые компетенции – новая парадигма результата образования // Высшее образование сегодня. 2003. № 5. – С. 7-14.
6. Философский энциклопедический словарь / гл. редакция: Л. Ф. Ильичев, П.Н. Федосеев, С.М. Ковалев, В.Г. Панов. М.: сов. энциклопедия, 1983. – 840 с.
7. Самойлов, Е.А. Компетентностно ориентированное образование: социально-экономические, философские и психологические основания: монография / Е.А. Самойлов. Самара: Изд-во сгпу, 2006 – 160 с.
8. Трофимов, Е.Н. Подходы к формированию компетенций специалистов в сфере устойчивого социоцентрированного туризма / Трофимов Евгений Николаевич, Питюков Владимир Юрьевич, Рассохина Татьяна Васильевна, Арзамасцев Константин Александрович, Трофимов Андрей Евгеньевич, Алилуйко Елена Аркадьевна // Гуманизация образования. 2023. №3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/podhody-k-formirovaniyu-kompetentsiy-spetsialistov-v-sfere-ustoychivogo-sotsiotsentrirovannogo-turizma> (дата обращения: 31.08.2024).
9. Сульповар Л. Б. Особенности деятельности менеджера на предприятиях гостиничного бизнеса // Сервис +. 2009. №1. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-deyatelnosti-menedzhera-na-predpriyatiyah-gostinichnogo-biznesa> (дата обращения: 31.08.2024).
10. Приказ Министерства труда и социальной защиты РФ от 7 мая 2015 г. N 282н "Об утверждении профессионального стандарта "Руководитель/управляющий гостиничного комплекса/сети гостиниц
11. Паспорт национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» (утв. Ростуризмом)
12. Постановление Правительства РФ от 18 ноября 2020 г. N 1860 «Об утверждении Положения о классификации гостиниц» (с изменениями и дополнениями)
13. Макаридзе, Н. Т. Принципы лидерства в индустрии гостеприимства: от теории к практическому применению. Гостиничное дело. – 2024.

УДК 339.13

Соколовская Елена Александровна,

SPIN-код: 6309-8999

старший преподаватель кафедры туризма и гостиничного дела

ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля»

Маслакова Ольга Юрьевна,

ассистент кафедры туризма и гостиничного дела

ФГБОУ ВО «Луганский государственный университет имени В. Даля»

МЕХАНИЗМ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА СЕРВИСНЫХ УСЛУГ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: рынок, сервисные услуги, тенденции, интеграция, глобализация, информационные системы

АННОТАЦИЯ. Данная статья рассматривает трудности, с которыми сталкиваются образовательные учреждения при создании инклюзивного образовательного пространства. Анализируются причины этих трудностей и предлагаются рекомендации для преодоления препятствий. Обсуждаются вопросы доступности, равноправия и включения, необходимые для успешной реализации инклюзивного образования.

Sokolovskaya Elena Alexandrovna,

SPIN code: 6309-8999

Senior Lecturer at the Department of Tourism and Hospitality

Luhansk State University named after V. Dahl

Maslakova Olga Yurievna,

Assistant of the Department of Tourism and Hospitality

Luhansk State University named after V. Dahl

THE MECHANISM OF FORMATION OF THE MARKET OF SERVICES

KEYWORDS: market, services, trends, integration, globalization, information systems.

ANNOTATION. The article presents the theoretical aspects of the formation of the market of services. The importance of which in the dynamics of the global economy, as well as local markets, remains a priority and very relevant. In our research, we adhere to this position. During the writing of the article, the main components of the service market are identified: factors, conditions, functions, and the mechanism of formation of the service market is clearly presented.

Настоящее исследование посвящено выявлению значимости рынка сервисных услуг в контексте функционирования современного социума. К факторам, которые формируют рынок, относятся следующие:

- макроэкономическая роль государства, направлена на стимулирование функционирования рынка услуг, под воздействием создания необходимых условий для осуществления предпринимательской деятельности, построения рабочей налоговой системы, комплекса частного и государственного секторов в производстве услуг;
- уровень развития разных слоёв населения и рост их доходов;
- состояние и динамика развития производства технико-технологических компонентов, лежащих в основе различных видов деятельности и рынка услуг, играют определяющую роль в установлении параметров данного рынка и, что не менее важно, в обеспечении современного

качества предоставляемых услуг. наличие высококвалифицированных специалистов, в том числе менеджеров, маркетологов. Широкая сеть разнообразных форм подготовки занятых в малом бизнесе;

– традиции, ментальность.

Далее отметим значимые условия формирования рынка:

1. общественное разделение труда;

2. частная собственность как форма обособления субъектов рыночной экономики;

3. свободное ценообразование;

4. абсолютная мобильность всех видов ресурсов;

5. возможность получения полной и реальной информации;

6. открытость экономики мировым процессам глобализации, возможность миграции рабочей силы, товаров, капитала.

Выделим важные тенденции, формирующие современный рынок сервисных услуг. Давайте подробнее рассмотрим каждую из них:

– Эволюция спроса на услуги: Изменение потребностей клиентов связано с изменением образа жизни, технологий и социокультурных факторов. Клиенты становятся более требовательными и ищут индивидуализированные решения, что приводит к необходимости адаптации предложений со стороны компаний.

– Развитие информационно-телекоммуникационных услуг: Технологический прогресс, включая повсеместное распространение интернета и мобильных технологий, способствует росту ИТ-услуг. Это позволяет компаниям улучшать свою продуктивность, вводить новые бизнес-модели и упрощать взаимодействие с клиентами.

– Диверсификация услуг внутри отраслей: Появление специализированных подкатегорий услуг является ответом на все более узкие и специфические потребности клиентов. Это позволяет компаниям предлагать более целенаправленные решения и выделяться на фоне конкурентов.

– Интеграция услуг различных отраслей: Объединение различных сервисов в единые комплексные предложения делает их более удобными для потребителей. Это позволяет сократить время и усилия, затрачиваемые на поиск необходимых услуг, и предоставляет возможность клиентам получать более полное решение для своих нужд.

Данные тенденции подчеркивают необходимость адаптации и инноваций для компаний, работающих в сфере услуг, что является ключом к их успешному развитию в условиях быстро меняющегося рынка.

При составлении механизма рынка сервисных услуг важно представить основные функции рынка сервисных услуг:

– ценообразующая (соединяет продавца и покупателя, предложение, спрос, рынок формирует цены, отражающие полезность товара и издержки производства);

– информационная (выражая взаимодействие спроса и предложения и формируя цены, рынок представляет необходимую экономическую информацию всем субъектам хозяйственной деятельности);

– регулирующая (рынок регулирует экономические процессы по принципу «невидимой руки», оказывая влияние на объем и структуру производства и приспособливая его через цены к платежеспособному спросу);

– связывающая (рынок выступает посредником между производством и потреблением, способствуя доведению товаров до конечных потребителей и обеспечивая непрерывность воспроизводства);

– saniрующая (посредством конкуренции рынок оздоравливает экономику, освобождая ее от неэффективно функционирующих предприятий).

Рынок сервисных услуг эффективно функционирует при соблюдении следующих критериев: экономический; демографический; технико-технологический; ресурсный; критерий объема спроса на услуги; ценообразующий и др. [4, с. 289].

Представим этапы формирования рынка сервисных услуг:

- сегментация рынка, разделение на группы потребителей;
- определение перечня наиболее востребованных услуг;
- ранжирование услуг;
- определение стандартов услуг в разрезе отдельных сегментов рынка;
- оценка оказываемых услуг, установление взаимосвязи между уровнем сервиса и ценой на данные услуги, определение уровня сервиса;
- установление обратной связи с потребителем для обеспечения соответствия качества [5, с. 308].

Наглядно механизм формирования рынка сервисных услуг представим на рисунке 1.

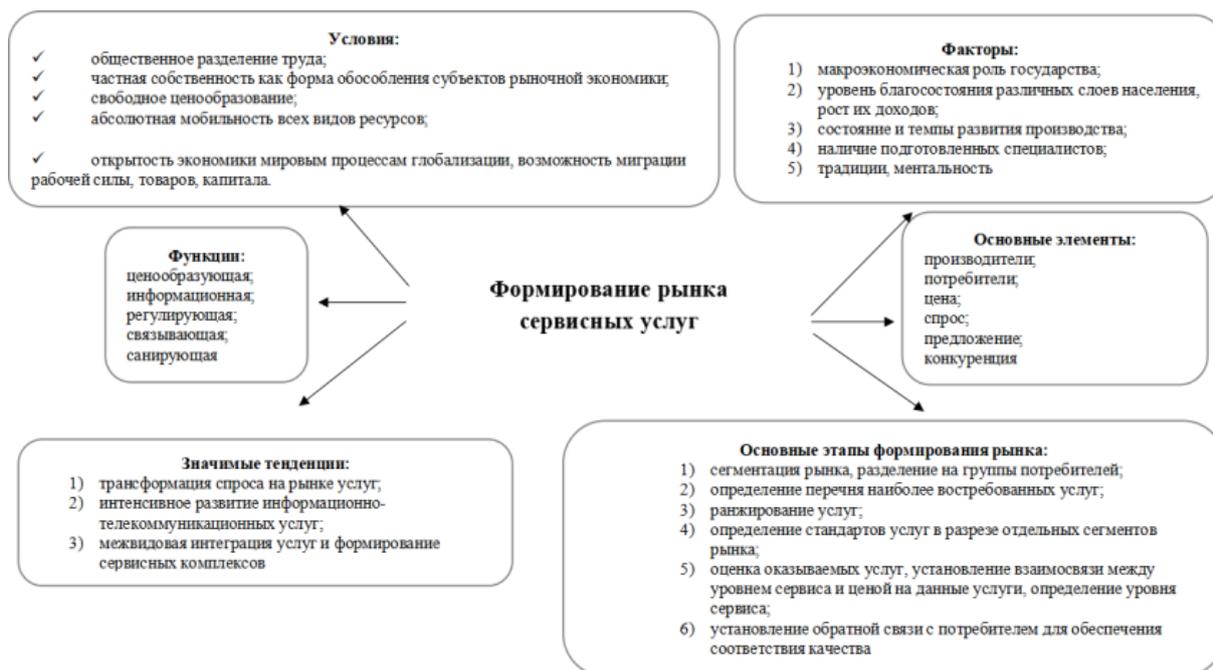


Рис.1. Механизм формирования рынка сервисных услуг

Действительно, развитие сферы услуг связано с несколькими ключевыми аспектами, которые формируют основу экономического роста. Рассмотрим три фазы развития систем потребления более подробно:

Первоначальная фаза. В этой стадии потребление услуг сосредоточено на удовлетворении базовых потребностей населения, таких как медицинские, образовательные и бытовые услуги. Приоритетом являются доступность и качество этих услуг. Основным трендом является увеличение спроса на традиционные услуги, что обусловлено ростом населения и урбанизацией.

Вторичная фаза. На этом этапе наблюдается расширение ассортимента предлагаемых услуг и усложнение потребительских запросов. Появляется сегментация услуг в зависимости от доходов и предпочтений потребителей. Информационные технологии начинают играть ключевую роль, содействуя более эффективному предоставлению услуг и улучшая опыт потребления. Примеры включают рост онлайн-образования и телемедицины.

Третья фаза. На данном этапе потребление услуг становится более персонализированным и ориентированным на индивидуальные потребности. Услуги начинают предоставляться с использованием передовых технологий, таких как искусственный интеллект и большие данные, что позволяет предлагать более целенаправленные и уникальные решения. Глобализация открывает новые рынки и возможности для международного сотрудничества в сфере услуг.

Каждая из этих фаз способствует формированию более сложных и интегрированных систем потребления, которые учитывают изменения в демографии, образе жизни и экономических условиях. Содействие инновациям и качественным преобразованиям в сфере услуг становится важным стратегическим направлением для обеспечения устойчивого экономического роста.

Первая стадия связана с созданием, функционированием и прогрессом рынков платных услуг, что сопровождается увеличением потребности в разнообразных услугах. На данном этапе акцент делается на удовлетворении основных потребностей, и здесь наблюдается наибольшее количество стоимостного спроса.

Вторая стадия включает в себя формирование и развитие рынков платных услуг, на которых наблюдается рост интереса к основным и профессиональным услугам, в то время как потребность в базовых услугах снижается. Важнейшим направлением является развитие услуг, отвечающих на основные критерии, при этом потенциальный спрос достигает своего пика.

Третья стадия развития рынков платных услуг характеризуется устойчивым увеличением спроса на качественные предложения и снижением интереса к услугам начального уровня. Приоритетные направления смещаются в область специализированного производства, что способствует большей специализации и качеству предлагаемых услуг.

Рынок услуг представляет собой специфическую социально-экономическую область, основными функциями которой являются воспроизводство рациональной структуры конкретной отрасли экономики и повышение эффективности специализированного производства в регионе.

Успешное развитие рынка услуг напрямую связано с привлечением иностранных инвестиций. Однако либерализация этой сферы должна сопровождаться поддержанием баланса между защитой интересов отечественного рынка и потребностью в инновациях для формирования современной инфраструктуры.

Необходимость наличия эффективно функционирующей сферы услуг с развитыми транспортной, коммуникационной, торговой, финансово-кредитной и страховой системами, а также комплексом деловых услуг, образованием и здравоохранением, соответствующим современным стандартам, очевидна.

Рынки услуг обладают всеми преимуществами, свойственными развитым рыночным структурам в сфере общественного производства. Они характеризуются широким спектром предлагаемых услуг, постоянным обновлением ассортимента, удовлетворением потребностей потребителей и повышением качества обслуживания.

Только при таких условиях экономика страны или региона сможет успешно функционировать в рамках рыночной экономики и занять достойное место в мировой экономической системе.

Список литературы

1. *Аганбегян, А. Г.* Социально-экономическое развитие России / А. Г. Аганбегян // ЭКО. – 2014. – № 1. – 2 с.
2. *Амарян, Э. Р.* Рынок бытовых услуг. Организационно-механические рынки услуг в национальном хозяйстве / Э. Р. Амарян // Молодой ученый. – 2015. – №1 – С.174-176.
3. *Амирова, М. М., Пайзуллаева З. К.* Современный подход, качество и проблемы обслуживания покупателей в розничной торговле. Региональные проблемы преобразования экономики. 2018. № 10 (96). С. 68-75.
4. *Вайншейг, А.* Безупречный сервис. Чтобы каждый клиент чувствовал себя королем: практическое пособие, 2-е издание. – М.: Добрая книга, 2019. 72 с.
5. *Веселова, А. А.* Онлайн-сервис для обслуживания клиентов как инструмент формирования конкурсных преимуществ компании // Новые импульсы развития: вопросы научных исследований. 2021. №2. С. 127-131.

УДК: 7.03.

Чеботаева Ольга Алексеевна,

Научный руководитель, доцент кафедры Дизайна и НХР.
Государственный университет просвещения (ГУП)

Арустамова Екатерина Артемовна,

студент 3 курса кафедры Дизайна и НХР
Государственный университет просвещения (ГУП)

Никитина Анастасия Андреевна,

студент 3 курса кафедры Дизайна и НХР
Государственный университет просвещения (ГУП)

Чуприна Анастасия Руслановна,

студент 3 курса кафедры Дизайна и НХР
Государственный университет просвещения (ГУП)

КОСПЛЕЙ КАК СОВРЕМЕННАЯ ДЕМОНСТРАЦИЯ КОСТЮМА ОЛИЦЕТВОРЯЮЩИЙ ОБРАЗ ПЕРСОНАЖА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *косплей, косплеер, косплеить, канон, крафт, фэндом, хобби, костюм, анимация, сервис.*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассматривается происхождение такого термина как «косплей», происхождение и развитие творческого движения в современной культуре. Подробно рассказываются отличительные черты этого хобби и ключевые особенности.*

Chebotaeva Olga Alekseevna,

Scientific supervisor, Associate Professor of the Department of Design and NHR.
State University of Education (GUP)

Arustamova Ekaterina Artemovna,

3rd year student of the Department of Design and NHR
State University of Education (GUP)

Nikitina Anastasia Andreevna,

3rd year student of the Department of Design and NHR
State University of Education (GUP)

Chuprina Anastasia Ruslanovna,

3rd year student of the Department of Design and NHR
State University of Education (GUP)

COSPLAY AS A MODERN DEMONSTRATION OF A COSTUME EMBODYING THE IMAGE OF A CHARACTER

KEYWORDS: *cosplay, cosplayer, cosplay, canon, craft, fandom, hobby, costume, animation, service.*

ANNOTATION. *This article examines the origin of the term "cosplay", the origin and development of the creative movement in modern culture. The distinctive features of this hobby and key features are described in detail.*

Введение. Слово «косплей» впервые использовал японский журналист Нобуюки Такахаси в 1984 году. Он соединил два английских слова — costume («костюм») и play («игра»). То есть дословно косплей переводится как «костюмированная игра».

Актуальность. Косплей стал широко распространенным и разнообразным видом досуга, привлекающим людей всех возрастных групп и демографических группировок. Популярность этого времяпрепровождения продолжает расти, и многочисленные энтузиасты превращают его в основной источник дохода или включают в свой существующий репертуар развлекательных мероприятий.

Изложение основного материала статьи. Косплей предполагает перевоплощение в нескольких персонажей посредством использования тщательно продуманных костюмов и тщательного воплощения черт характера, физических манер и вокальных интонаций, вдохновленных различными формами медиа, включая видеоигры, фильмы, литературу, комиксы, аниме и мангу. Эта деятельность энтузиастов включает в себя создание одежды, аксессуаров, обуви и реквизита на заказ, а также публичную демонстрацию выбранного персонажа. Несмотря на сходство с движением ролевых игр, косплей отличается от него тем, что фокусируется на выявлении отличительных черт конкретной личности, а не на повествовательном повествовании.

Масштаб и сложность создания персонажей значительно варьируются, охватывая как простые тематические наряды, так и сложные, детализированные костюмы, которые включают в себя передовые технические компоненты.

Выбранный образ для косплея может быть взят из любого существующего источника или задуман как совершенно новое творение автора. В качестве альтернативы, он может представлять собой сплав известных архетипов персонажей и стилистических влияний.

Несмотря на то, что косплей и маскарад имеют общие черты в том, что требуют создания нестандартных образов, они имеют и явные различия. Маскарад предполагает надевание одежды, вдохновленной определенным персонажем, в то время как косплей требует воплощения образа персонажа посредством погружения и ролевой игры. Кроме того, косплееры стремятся добиться максимального сходства с оригинальным персонажем, а не просто имитации.

Помимо своей основной направленности на костюмированное представление персонажей, субкультура косплея охватывает широкий спектр практик, включая весь процесс создания костюмов, личную подготовку к публичным выступлениям, инновационные проекты, обмен знаниями с помощью семинаров и конференций, а также онлайн-маркетинг. Результат косплея выходит за рамки физического воплощения персонажа и включает в себя фотосессии, видеосъемку, игровой контент и памятные сувениры. Современные косплееры имеют беспрецедентные возможности для монетизации своих начинаний как внутри косплей-сообщества (например, изготовление костюмов на заказ, спонсируемые мероприятия), так и за его пределами (участие в рекламных кампаниях).

Первыми косплеерами считаются поклонники фэнтези и стимпанка в 1930-х годах. Они вдохновлялись появившейся тогда научной фантастикой, поэтому основными героями были пришельцы, космонавты, ученые. Однако это раннее направление больше походило на балы-маскарады, чем на современный косплей.

Только в 1960-х годах в центре внимания стали появляться конкретные персонажи, в первую очередь из-за увлечения американскими комиксами. По мере развития практики в разных странах менялись различные аспекты, такие как интерпретация персонажей, озвучивание и соблюдение официальных рекомендаций по демонстрации костюмов. Несмотря на эти различия, основная суть косплея остается неизменной во всем мире.

Примечательно, что японская культура косплея значительно отличается от своих западных аналогов из-за определенных особенностей. Одно из главных отличий заключается в акценте, который делается на визуальном представлении и статичном изображении персонажей. Следовательно, японские субкультурные мероприятия и специализированные конвенции с участием косплееров, как правило, не сопровождаются соревновательными выступлениями, распространенными в России, странах Восточной Европы и Северной Америке. На крупных мероприятиях косплеерам предоставляется специально отведенное место, где они могут свободно передвигаться в своих костюмах; однако не рекомендуется смешиваться с другими участниками фестиваля. Такой подход отличает японских косплееров от других участников мероприятия. [Русанова, 2005]

В Японии косплей получил невероятно широкое распространение. В разных городах находится большое количество тематических магазинов для косплееров; так продают уже готовые костюмы, парики, косметику, обувь и цветные линзы.

Кроме общих для многих регионов форм активности, японские косплееры устраиваются работать в мэйд-кафе (япон. メイド喫茶) и магазины, занимающиеся продажей товаров для косплея.

Феномен косплея возник в России в 1999 году, когда издание "Великий дракон" опубликовало свою первую статью, посвященную этому развлекательному мероприятию. Впоследствии, в сентябре 2001 года, был запущен первый русскоязычный веб-сайт, на котором сначала демонстрировались изображения международных косплееров, а затем появились изображения местных энтузиастов. Аниме-фестиваль, проходивший в Воронеже весной 2002 года, стал важной вехой в развитии косплея в России, поскольку на нем были представлены тщательно продуманные костюмы и проведена первая в стране крупная фотосессия. В начале 2000-х годов основными катализаторами роста косплей-движения в России были многочисленные анимационные выставки и фестивали, организованные в таких известных городах, как Москва, Санкт-Петербург, Ростов-на-Дону, Воронеж, Краснодар и Казань. [Корнеев, 1999; Рябинина, 2018]

Косплей стал широко распространенным и инклюзивным хобби, привлекательным для людей всех возрастов. В России регулярно проводятся многочисленные фестивали, ярмарки и другие мероприятия, позволяющие косплеерам продемонстрировать свои творения, взять на себя роль ведущих, наладить связи и повеселиться. В стране также наблюдается значительный рост числа живых выступлений, которые являются неотъемлемой составляющей каждого фестиваля. Существует широкий набор критериев оценки, учитывающих превосходство в дизайне костюмов, тщательно продуманные показы и захватывающие сценарии, а некоторые мероприятия сопровождаются драматическими реконструкциями.

Ключевым аспектом косплеинга является создание костюма, который точно отражает визуальный облик конкретного персонажа. Хотя многие люди разрабатывают и изготавливают свои собственные костюмы, используя легкодоступные ресурсы и материалы, также можно приобрести готовые костюмы через интернет-магазины. Кроме того, существуют специализированные мастерские и частные студии по пошиву костюмов для энтузиастов, желающих отточить свое мастерство. Начинающие косплееры часто приобретают опыт в различных техниках, включая кройку, работу с бумагой и картоном, рисование, работу с пластиком, текстилем и другими материалами, а также владение такими инструментами, как ножницы и швейные машинки. Уровень мастерства, необходимый для создания данного костюма, зависит от его сложности, что требует владения несколькими областями.

Помимо групп и отдельных лиц, специализирующихся на обработке конкретных материалов, существуют эксперты, специализирующиеся на изготовлении отдельных компонентов костюмов. К услугам этих специалистов можно получить доступ бесплатно или за вознаграждение. Стоит отметить, что этих квалифицированных ремесленников называют «крафтерами» (от англ. craft — ремесло).

Косплееры часто используют дополнительные аксессуары, чтобы подчеркнуть свой образ, в том числе прически, макияж, цветные линзы и боди-арт. Во многих случаях арсенал персонажа или вспомогательные предметы играют важную роль в определении его общей эстетики.

Визуальное представление состоит из множества неотъемлемых элементов, которые должны гармонично сочетаться для достижения целостной композиции.

Парик. Отличительной чертой косплей-образа часто является прическа, которая служит основным показателем изображаемого персонажа. В тех случаях, когда аксессуары, костюмы или другие визуальные элементы отсутствуют, прическа приобретает большее значение для передачи предполагаемого образа персонажа. Расположение волос является важным аспектом общей эстетики, требующим пристального внимания. Для тех, кто ищет рекомендации по технике укладки волос, в Интернете доступно множество обучающих видеороликов с участием таких экспертов, как «вигмейкеры» (от англ. wig — парик), которые обладают большим опытом в этой области. Основные инструменты, необходимые для эффективной укладки волос, включают прочные шиньоны, ножницы, расчески и зажимы, а также широко используемые приборы для тепловой укладки, такие как фены и отпариватели.

Обувь. Примеры включают в себя такую обувь, как сандалии в восточном стиле, туфли на высоком каблуке, массивные ботинки, изящные чулочно-носочные изделия и стильные мокасины, подвешенные на высоких платформах, и многое другое.

Макияж, грим. В тех случаях, когда внешность косплеера имеет сходство с выбранным им персонажем, все равно важно использовать технику макияжа. Хотя это и не обязательно профессиональная работа, такое художественное самовыражение требует тщательного подбора оттенков лица, что достигается за счет грамотного нанесения тональных кремов. Особое внимание следует уделить глазам, стремясь воспроизвести форму и контуры глаз персонажа, придерживаясь установленных принципов визуального представления. Кроме того, не следует упускать из виду использование цветных контактных линз, чтобы точно передать желаемую эстетику.

Создание косплея требует не только внимания к деталям костюма, но и продумывания основных инструментов, используемых для достижения желаемого внешнего вида. Как правило, косплееры используют невидимки, заколки или резинки для волос, чтобы натуральные волосы не портили общую эстетику. Кроме того, такие элементы декора, как груши, требуют точного размещения, что можно сделать, просмотрев видеоуроки в Интернете и на ресурсах социальных сетей. Кроме того, важно иметь доступ к различным инструментам, включая ножи, лаки, ножницы и утюжки. Также желательно следить за тем, чтобы одежда была гладкой, так как складки могут ухудшить общее визуальное впечатление от костюма.

Выводы. Таким образом, косплей - это современное времяпрепровождение, которое включает в себя тщательное воссоздание визуальных образов персонажей из любимых литературных или кинематографических источников. Это занятие не только служит развлечением, но и представляет собой форму современного мастерства и надежный способ получения дохода в творческом секторе. Кроме того, это начинание требует значительных затрат времени и финансовых ресурсов, однако оно приносит множество преимуществ, включая глубокое удовлетворение и позитивное взаимодействие с единомышленниками. С помощью косплея участники получают возможность выразить себя и стать неотъемлемыми компонентами обширной, общей повествовательной вселенной.

Словарь:

- Косплеер – человек, занимающийся косплеем.
- Косплеить – (гл.) заниматься косплеем, перевоплощаться в выбранного персонажа.
- Канон – образ персонажа в оригинале.
- Фэндом – (от англ. fandom, букв. «сообщество фанатов») — субкультура, состоящая из поклонников (фанатов) определённого культурного произведения, вымышленной вселенной, художественного стиля или хобби.

- Крафт – (от англ. craft, «ремесло») — предметы для образа, созданные вручную, в единичном или малом количестве. Например, крафтовое оружие.
- Сходки — совместные встречи косплееров.
- Мерч – собственная продукция косплеера/художника (открытки, значки, брелоки и т.п.)
- Маркет – мероприятие, где художники и косплееры продают свой мерч.
- Косплей дефиле – выступление, на котором косплеер демонстрирует свой образ и актёрские навыки перед зрителями и жюри.
- Вигмейкер – (от англ. wigmaker букв. «делатель париков») — человек, занимающийся профессиональной укладкой и стрижкой париков.

Список литературы

- 1.«Одиночное дефиле» из Тюмени взяло серебро // Вслух.ру. – 2009.
- 2.Корнеев В. Что такое косплей и с чем его едят? // Великий Дракон. – 1999. – № 45. – С. 8-11.
- 3.Коснырева А. В стиле аниме // Вечерний Екатеринбург. — 2016.
- 4.Назарова Л. Косплей. Вокабулярий // Газета Юга. – 2007.
- 5.Русанова М. Япония-мама. Профиль. – 2005. – № 40. – С. 122.
- 6.Рябинина А. М. «Отаку атакуют»: российское косплей-сообщество в публикациях СМИ (по материалам статей 1999-2017 года) / А.М. Рябинина // Артикульт. 2018. 29(1). С. 109-127.

СЕКЦИЯ 2. ВОПРОСЫ РАЗВИТИЯ ПОПУЛЯРНЫХ ВИДОВ ТУРИЗМА И ОБРАЗОВАНИЯ В ТУРИЗМЕ/СЕРВИСЕ

УДК 004.928

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

кандидат экономических наук, доцент,
зав. кафедрой менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

кандидат экономических наук, доцент,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

Сергеева Елизавета Ильинична,

студентка направления подготовки «Сервис»,
направленности «Менеджмент, маркетинг и дизайн в сервисе»,
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ОСНОВА РАЗВИТИЯ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *инновационные технологии, компьютерная графика, инклюзивный туризм*

АННОТАЦИЯ. *В статье поднимается проблема обеспечения людей с ограниченными возможностями экскурсионными услугами по труднодоступным для этих граждан маршрутам. При этом рассмотрен потенциал крымской индустрии по обеспечению качественными услугами людей с ограниченными возможностями. Отмечается актуальность применения инновационной технологии виртуальной реальности для подготовки экскурсий с виртуальным погружением экскурсанта. Виртуальный туризм и цифровое наследие становятся возможными благодаря технологиям и приложениям VR/AR/MR. Без внедрения и поддержки правильных инструментов эта перспективная отрасль не сможет развиваться и процветать. В этой статье мы рассмотрели различные технологии и приложения, связанные с виртуальной, дополненной и смешанной реальностями, которые играют жизненно важную роль в VT и DH. Это позволит дать новый толчок для качественно иного уровня развития инклюзивного туризма.*

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Head of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

Sergeeva Elizaveta Ilyinichna,

student of the Service training course,

focus on Management, Marketing and Design in Service,

Kherson State Pedagogical University

INNOVATIVE TECHNOLOGIES AS THE BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF INCLUSIVE TOURISM IN CRIMEA

KEYWORDS: *innovative technologies, computer graphics, inclusive tourism*

ANNOTATION. *The article raises the problem of providing people with disabilities with excursion services along routes that are difficult for these citizens to access. At the same time, the potential of the Crimean industry to provide quality services to people with disabilities is considered. The relevance of using innovative virtual reality technology for preparing excursions with virtual immersion of the tourist is noted. Virtual tourism and digital heritage are made possible by VR/AR/MR technologies and applications. Without the right tools implemented and supported, this promising industry will not be able to develop and prosper. In this article, we have reviewed various virtual, augmented and mixed reality technologies and applications that play a vital role in VT and DH. This will give a new impetus to a qualitatively different level of development of inclusive tourism.*

Актуальность исследования основана на необходимости предоставления качественных туристических, в том числе экскурсионных услуг для людей с ограниченными возможностями. Так, по статистике в России более 13 млн человек имеют такие ограничения, без учета людей в возрасте. Более 130 тысяч людей с ограниченными возможностями живут в Крыму (около 6,8% от общего количества населения). При этом 58,6% инвалидного населения никогда не были ни в путешествии, ни на экскурсии [1-2].

Инфраструктура городов Крыма приспособлена для инвалидов всего на 30%. Предусмотрена реабилитация инвалидов по ОМС, которую можно пройти в санаториях Крыма. В Республике Крым функционирует 1102 средства размещения, в том числе 91 санаторий, только некоторые из них готовы принимать людей с ОВЗ. Наилучшие условия для инвалидов в г. Евпатория, г. Саки. В Крымском регионе разрабатываются доступные экскурсионные объекты по Никитскому Ботаническому Саду, по пещере Таврида, по некоторым музеям, и даже некоторым зонам Ялтинского горно-лесного заповедника. Существуют специальные службы такси для организации экскурсионного сопровождения таких туристов по Крыму. Но тем не менее, огромный пласт экскурсионных маршрутов и достопримечательностей остаются для них не доступны. И эту проблемы призваны решить компьютерная графика и современные технологии.

Виртуальная реальность (VR) – это искусство представления возможностей воображения человеческого разума. Люди могут визуализировать воображаемые объекты и взаимодействовать с ними в фантастической среде. Они могут притворяться, что живут, гуляют и взаимодействуют в идеальных, специально созданных или изобретательных мирах. В целом определить пределы человеческого воображения нетривиально, однако можно создавать воображаемые миры, вдохновленные человеком, с помощью самых современных технологий в компьютерных системах [3]. С появлением технологий воображение виртуального мира можно разнообразить реальным миром, чтобы обеспечить более реалистичный опыт. Эта область известна как смешанная реальность (MR), в которой можно

эмулировать смесь реального мира и виртуальных объектов и сцен, чтобы обеспечить лучший и более реалистичный опыт. Точно так же реальный мир может быть дополнен виртуальными активами и объектами для предоставления прошлого и будущего опыта, подробной инфографики и дополнительных деталей. Этот тип среды называется дополненной реальностью (AR) [4].

VR и AR уже меняют ландшафт индустрии дизайна, включая графический дизайн, создавая новые возможности для дизайнеров и предоставляя им новые способы проектирования, прототипирования, тестирования.

Системы виртуальной реальности без погружения основаны на компьютерных или игровых консолях, дисплеях и устройствах ввода, таких как клавиатуры, локаторы и контроллеры. Просмотр фильмов и видеоигры — примеры не захватывающего опыта виртуальной реальности. Полупогружающая среда предоставляет пользователям более восприимчивый опыт подключения к виртуальному миру; однако они все еще могут чувствовать свое физическое окружение. Полупогружение в реальность использует высококачественную компьютерную графику, чтобы обеспечить более реалистичную среду с ограниченным взаимодействием, например, с использованием инструментов и моделирования для получения практического опыта использования контроллеров и исполнительных механизмов с обратной связью. Приложениями полуиммерсивной реальности в основном являются симуляции, которые частично повторяют дизайн и функциональность механизмов реального мира, для учебных и образовательных целей. Самый реалистичный и привлекательный опыт обеспечивается полным погружением в реальность. Он обеспечивает осязание с помощью жестов рук и исполнительных механизмов обратной связи, чувство звука с помощью стереофонического и направленного звука на основе движения, а также чувство зрения с помощью датчиков движения и отслеживания глаз. Благодаря полному погружению возможности использования VR/AR/MR безграничны и ограничены только человеческим воображением. Все три категории опыта VR/AR/MR могут быть использованы для обеспечения виртуального туризма и цифрового наследия; однако они ограничены экономической эффективностью, глубоким дизайном, технологическим развитием и признанием пользователей [5].

Виртуальная экскурсия предусматривает разработку экскурсий в виртуальной среде, что позволит путешественникам исследовать природу, достопримечательности, руины, здания и другие туристические места без необходимости их физического посещения. Он предоставляет подробный опыт, ставший возможным благодаря новой технологии. Виртуальные туры могут включать в себя 360-градусные фотографии, телеконференции с гидом, виртуальную реальность (VR), дополненную реальность (AR), возможность взаимодействовать с искусством и культурой или древней средой. Виртуальный туризм — это растущая тенденция во всем мире (рисунок 1).

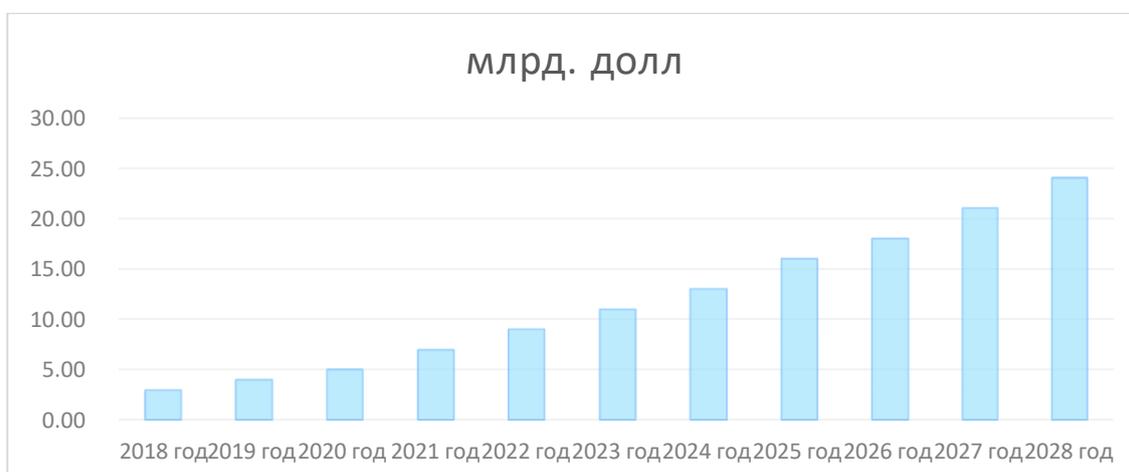


Рис. 1 – Динамика развития виртуального туризма, 2018-2028 гг. [6]

Виртуальный туризм принимает множество форм и предлагает разные уровни технической компетентности. В своей простейшей форме виртуальные туры основаны исключительно на видеороликах интересных мест. Турист использует колонки и экран для просмотра изображений. Более сложная форма виртуального туризма предполагает погружение в окружающую среду с помощью гарнитуры или симулятора. Это может включать использование различных технологических инструментов, пользователю может потребоваться ношение перчаток, а также дополнительные датчики, такие как движение, близость, направление, жесты, ощущения (реакция) и даже запах. Виртуальный туризм охватывает широкий спектр реальности, дополненной цифровыми технологиями, включая виртуальную реальность, смешанную реальность и дополненную реальность.

Виртуальный туризм и цифровое наследие становятся возможными благодаря технологиям и приложениям VR/AR/MR. Без внедрения и поддержки соответствующих инструментов эта перспективная отрасль не может развиваться и процветать. Для создания виртуального мира требуются различные технологии, которые включают в себя захват реального мира, моделирование ресурсов и сцен, а также добавление повествования и взаимодействия.

Для знакомства с виртуальным миром используются иммерсионные дисплеи, отслеживание движений, распознавание окружающей среды и обеспечение управления и контроля во время выполнения. Эти технологии можно классифицировать как экраны дисплеев, очки для просмотра, датчики, камеры, инструменты обработки изображений и графические процессоры. На основании анализа сведений источников [3-5, 7] составим описание основных характеристик приспособлений, необходимых для реализации данных проектов в виртуальном туризме.

Для обеспечения реалистичного опыта также необходимы различные программное обеспечение, такое как графические движки, наборы инструментов AR/VR, а также библиотеки и API. Прежде чем пользователь сможет получить удаленный доступ, виртуальная среда должна быть создана с использованием CGI (интерфейс компьютерной графики). Для получения эффекта погружения можно использовать простую или 3D-камеру для захвата изображений и составления их вместе для создания визуального тура с использованием доступных наборов инструментов и приложений. 2D/3D-ресурсы создаются с помощью графических инструментов, преобразуются в 3D-сцену, а затем создается виртуальный мир. После этого часто добавляется повествование, которое поможет пользователю. Для полупогружения можно использовать 360-градусные камеры, которые обеспечивают панорамный вид на реальное место. Пользователь может подключиться к этой 360-градусной камере через Интернет и просматривать ее с помощью головного дисплея с датчиками движения. Когда пользователь перемещается, датчики отслеживают движение и отправляют данные на контроллер, который рассчитывает угол и направление обзора и соответствующим образом меняет изображение на дисплее.

Разработчики также используют обширную компьютерную графику для создания 3D-модели места, например дворца или музея, и дополняют ее реальными изображениями, снятыми в реальном времени. Они используют как аудио, так и видеопотоки, чтобы обеспечить полное погружение. Вид в 3D-модели меняется в зависимости от движения пользователя, которое фиксируется с помощью гироскопа, магнитометра и акселерометра, присутствующего на шлеме дисплея или мобильного телефона. Стереоскопический звук используется для предоставления пользователю направленных звуков через встроенный динамик на головном дисплее. Аналогичным образом, для взаимодействия с окружающей средой пользователи могут использовать магнитные, ультразвуковые или основанные на жестах системы отслеживания для захвата и/или перемещения объектов, активации меню и/или выполнения других действий. Система получает входные сигналы, обрабатывает модель взаимодействия и отображает действия пользователю во время выполнения.

Инструкции и подробная информация о событиях, местах, веках и важных объектах также дополняются в 2D/3D-мире, чтобы рассказать пользователям об истории или значении этого места.

Оборудование виртуальной реальности включает:

1) Устройства отображения. Качество погружения в виртуальную реальность определяется устройствами отображения. Общий экран монитора может обеспечить виртуальный опыт; однако это будет не захватывающее впечатление. Мобильный телефон может обеспечить полупогружение, поскольку у него есть датчики движения, которые могут обнаруживать изменения ориентации и направления и реагировать, изменяя вид для пользователя. Устройства отображения используют разделенные экраны для имитации широкого поля стереоскопического обзора на 360 градусов. Это дает пользователю иллюзию осмотра окружающей среды. Для полного погружения доступен ряд головных устройств отображения, которые содержат датчики, камеры, устройства определения местоположения и контроллеры, встроенные внутри устройства.

2) Датчики. Для обеспечения входных данных в систему VR/AR необходимы различные сенсорные технологии. Эти датчики включают в себя отслеживание объектов и движений, определение направления, визуальное восприятие и аудиоинтерфейс. Технология постоянно развивается за счет внедрения новых типов датчиков и различных типов тактильных ощущений для сенсорной, обонятельной и тепловой обратной связи. Обычная система VR/AR использует G-сенсоры, такие как акселерометр, магнитометр и гироскоп, для определения инерционного движения и направления. Внутренние и наружные системы GPS используются для определения местоположения пользователя, направленные микрофоны используются для понимания того, что пользователь говорит или слышит и откуда, а камеры используются для определения того, что видит пользователь. В современных устройствах используются более сложные датчики, такие как датчики времени пролета, тепловые карты, структурированные датчики света и т. д., которые являются продуктом интегрированных базовых датчиков, упомянутых выше.

3) Камеры. Мир виртуальной реальности создается искусственно с использованием компьютерной графики, которая может обеспечить 2D-изображение для неиммерсионного отображения или 3D-изображение, которое можно использовать для обеспечения полного погружения. Но для создания целой 3D-модели требуется много усилий, что может быть нереально. Чтобы сделать мир более реалистичным, его дополняют путем смешивания реальных объектов и сцен. Камеры используются для захвата этих изображений, а затем виртуальный мир дополняется этими захваченными изображениями. Следовательно, качество камеры имеет значение для создания реалистичной среды наряду с процессом 3D-моделирования и рендеринга. Простую камеру можно использовать для съемки окружающей среды под разными углами, а изображения можно соединить вместе, чтобы получить обзор на 360 градусов, что отнимает много времени. В наши дни доступны камеры, которые делают 360-градусное изображение окружающей среды и выводят трехмерный мир для просмотра во время выполнения или сохранения для создания реалистичных смешанных реальностей. 3D-камера либо всенаправленная, либо состоит из множества небольших камер. Он захватывает несколько изображений одновременно с разных ракурсов. Программное обеспечение, находящееся внутри камеры, на компьютере или смартфоне, формирует сферическое изображение путем слияния изображений. Для просмотра этих сферических изображений можно использовать VR-гарнитуру, поскольку она позволяет пользователю перемещаться внутри изображения и ощущать эффект погружения.

4) Устройства ввода. Как и в любой системе, взаимодействие с пользователем в основном основано на используемых устройствах ввода. Хотя в виртуальной реальности большая часть входных данных передается через датчики. Пользователям доступно множество устройств ввода и контроллеров. Большинство этих устройств ввода совместимы

только с определенными головными дисплеями, но доступны и некоторые универсальные устройства ввода.

Инструменты и технологии являются строительным блоком виртуального опыта, и каждый день они развиваются, добавляя новые функции. Они позволяют пользователю погрузиться в виртуальный или реальный мир и обеспечивают реалистичное взаимодействие с окружающей средой, постоянно отправляя и получая данные с устройств в мультимедийную систему и наоборот. Еще одним очень важным аспектом систем VR/AR является 3D-модель проектирования и рендеринга внутри сервера или мобильного телефона, которая обеспечивает взаимодействие в реальном времени. Эти реалистичные трехмерные модели и системы создаются графическими дизайнерами и разработчиками программного обеспечения с использованием различных платформ программирования. Для ускорения разработки 3D-объекта и сцены разработчикам доступны различные приложения и инструменты. Для моделирования объекта используются инструменты CGI, такие как 3D Studio Max, Maya и Adobe Illustrator. Для быстрой разработки разработчик использует движки 3D-графики, такие как Unreal Engine, Unity, Amazon Lumberyard, Unigine, Tech 5, 3ds Max Design, ApertusVR и т. д. Эти движки предоставляют VR SDK, который позволяет им проектировать, создавать и тестировать свои VR-среды.

Со временем разработчикам станут доступны более совершенные и мощные инструменты и технологии для создания захватывающих впечатлений VR/AR/MR.

AR и VR, безусловно, стоит внедрять в туристической индустрии, поскольку они могут многое сделать, чтобы обогатить впечатления путешественников с ОБЗ. Даже упрощенные варианты применения данных инновационных технологий в крымских санаториях и отелях позволит инвалидам и людям старшего возраста, отдыхающим в Крыму или проходящих оздоровительные процедуры, ощутить свое присутствие на экскурсионных программах, которые обычно им были не доступны, открывая им новый мир.

Список литературы

1. Инклюзивный туризм: туристические направления для людей с ограниченными возможностями и способы их реализации / О.В. Савельева // в журнале «Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная реакция». – URL: https://www.vedomosti.ru/esg/social_projects/articles/2023/02/16/963288-inklyuzivnost-rossii-okolo-8-naseleniya-strani-imeyut-ogranichennye-vozmozhnosti?ysclid=lsiyqtqrb60627651783 (дата обращения: 19.01.2024)
2. Реализация прав инвалидов в Крыму: проблемы и решения // РИА новости. – URL: <https://crimea.ria.ru/20211203/realizatsiya-prav-invalidov-v-krymu-problemy-i-resheniya-1121611225.html?ysclid=lsiyjg71fu870615452> (дата обращения: 19.01.2024)
3. Farshid, Mana, Jeannette Paschen, Theresa Eriksson, and Jan Kietzmann. "Go boldly!: Explore augmented reality (AR), virtual reality (VR), and mixed reality (MR) for business." *Business Horizons* 61, no. 5 (2018), pp.657-663
4. Jung, Timothy, and M. Claudia tom Dieck. "Augmented reality and virtual reality." *Ujedinjeno Kraljevstvo: Springer International Publishing AG* (2018), pp. 143-144
5. Çeltek, Evrim. "Progress and development of virtual reality and augmented reality technologies in tourism: A review of publications from 2000 to 2018." *Handbook of research on smart technology applications in the tourism industry* (2020), pp. 1-23.
6. *Global Virtual Tourism Market Research Report, Industry Analysis & Forecast (2022-2027)*. – URL: <https://www.marketdataforecast.com/market-reports/virtual-tourism-market> (date of the application: 28.12.2023)
7. Riendeau, P. "Augmented and Virtual Reality: The next big thing in marketing." *Sensors for AR/VR*. Pressbooks (2017), pp. 133-234.

УДК 331.361.

Фролова Кристина Николаевна,

SPIN-код: 4866-1741

Специалист по учебно-методической работе

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

KristinaFrolova22@yandex.ru

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

ВНЕДРЕНИЕ КОМПЬЮТЕРНЫХ ИГР В ОБРАЗОВАТЕЛЬНУЮ ПРОГРАММУ СТУДЕНТОВ ПО МЕНЕДЖМЕНТУ В СФЕРЕ ТУРИЗМА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *компьютерные игры, геймификация, обучение, туризм, сервис.*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассмотрены понятия компьютерных технологий в сфере образования, практики внедрения методики геймификации в обучение студентов, проведен анализ игровых образовательных платформ в сфере туризма, даны рекомендации по внедрению рассматриваемого метода в обучение студентов в области менеджмента сферы туризма.*

Frolova Kristina Nikolaevna,

SPIN code: 4866-1741

Specialist in educational and methodological work

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

KristinaFrolova22@yandex.ru

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

THE INTRODUCTION OF COMPUTER GAMES INTO THE EDUCATIONAL PROGRAM OF STUDENTS IN MANAGEMENT IN THE FIELD OF TOURISM

KEYWORDS: *computer games, gamification, education, tourism, service.*

ANNOTATION. *This article examines the concepts of computer technologies in the field of education, the practice of introducing gamification techniques into student education, analyzes gaming educational platforms in the field of tourism, and provides recommendations for the implementation of this method in teaching students in the field of tourism management.*

Внедрение компьютерных игр в образовательный процесс – явление не новое. Известно использование метода геймификации в обучении по таким направлениям как: филология, история, физика, химия, авиация и экономика.

При всем разнообразии цифровых технологий и возможностей, в области менеджмента и туризма использование игрового метода не раскрыто в полной мере.

Сегодня наблюдается увеличение компьютерных игр и их быстрое распространение, особенно среди детей и подростков. Поэтому компьютерные игры нужно рассматривать как своеобразный социально-психологический феномен, занимающий все более заметное место в жизни человека. Разработанные в последние годы мультимедийные учебные технологии, построенные на играх, или использующие элементы игры, уверенно занимают свою нишу в учебно-воспитательном процессе [1].

Преподаватели отмечают, что для получения углублённого понимания темы и развития навыков необходимо не просто дать возможность студентам играть в компьютерные игры, а разработать полноценную образовательную программу, в которой игры будут являться одним из инструментов [2].

Успех по внедрению компьютерных игр в образовательный процесс возможен при междисциплинарном подходе, когда преподаватели дисциплин совместно с различными специалистами, у которых есть релевантные компетенции, будут находить пути эффективного внедрения компьютерных игр для практики профессиональных навыков и вовлечения студентов в изучение предмета.

Для понимания разницы традиционной модели обучения и игрового формата необходимо рассмотреть термины, связанные с названной областью.

Компьютерная игра – это компьютерная программа, служащая для организации игрового процесса (геймплея), связи с партнерами по игре, или сама выступающая в качестве партнера [3].

Согласно словарю методических терминов Э.П. Азимова и А.Н. Щукина, компьютерная игра – это «разновидность игр, в которых компьютер выполняет роль ведущего или партнёра по игре, а возникающие по ходу игры игровые ситуации воспроизводятся на экране дисплея или телевизора [3].

Невозможно игнорировать тот факт, что в современном мире особое место отводится компьютеризации, а такое понятие как «гаджеты» (от англ. gadget – устройство) – компьютеры, ноутбуки, планшеты – стало неотъемлемой частью современного общества. С их помощью и с развитием сети Интернет стало возможным изучать многие науки.

Для того чтобы захватить внимание современных обучаемых, направить их деятельность на приобретение профессиональных навыков, мотивировать их на саморазвитие и достижение высокого уровня владения знаниями, необходимо использовать современные образовательные технологии. Это особенно важно для практического применения и детального изучения в условиях активного внедрения технологий дистанционного обучения. Объединение обычного урока с компьютерными технологиями позволит учителю существенно разнообразить процесс обучения, сделав его более интересным и насыщенным.

При этом компьютер и онлайн-пространство дополняют преподавателя, а не заменяют его, отводя ему роль наставника, организатора и руководителя образовательного процесса.

Современные программы высшего образования нацелены на приобретение студентами теоретических или практических навыков по конкретным дисциплинам. Тогда как «мягкие» навыки развиваются благодаря применению в учебном процессе таких методов работы, как публичные выступления или командная работа. Также на развитие «мягких» навыков направлены различные внеучебные активности: кейс-клубы, конкурсы ораторского искусства, спортивные соревнования и другие мероприятия. По аналогии внедрение компьютерных игр в образовательную практику возможно в качестве дополняющего метода при обучении основным компетенциям, либо в качестве отдельной кафедры, клуба или секции.

Так, компьютерные имитаторы/симуляторы рабочей среды активно используются в качестве поддержки в обучении техническим навыкам в инженерно-техническом образовании и на производстве. В 2019 году глобальный рынок виртуальных тренингов и симуляций оценивался более чем в 400 млрд долл. с прогнозом роста на 8,5% в год. Симуляторы помогают

обучающимся быстрее приобрести и закрепить навык, практикуя его применение в виртуальной среде [3].

Рассмотрим примеры применения компьютерных игр в обучении студентов :

– Minecraft – компьютерная игра, созданная шведским программистом Маркусом Перссоном. В игре нет целей или сюжета, каждый игрок может создать собственный мир – и конструировать в нём всё что угодно из трёхмерных объектов-кубиков. Играть при этом можно как в однопользовательском, так и многопользовательском режимах.

В 2016 году вышла специальная версия Minecraft: Education Edition, разработанная для педагогов и школьников. В некоторых штатах США Minecraft используется в классах начальной и средней школы, а также в университетах для обучения информатике и другим предметам [5].

– Age of Empires IV. Исторический курс на базе Age of Empires IV запустили в Аризонском университете в начале 2022 года. Студентам понадобится завершить кампании в игре, затем изучить сопутствующие материалы, которые опубликуют на сайте Age of Empires, и пройти там же оценку знаний. За успешное выполнение всех этих заданий обучающиеся получают зачёт. Курс составили Пол Миллиман, доцент кафедры истории Средних веков, и Элисон Фатрелл, доцент кафедры истории Древнего Рима. Оба профессора, по словам их коллеги Кары Форни, увлекаются играми и потому сразу же согласились поработать над идеей обучения с помощью Age of Empires IV. Курс создали при поддержке авторов игры – студий Relic и World's Edge [6].

– Dota 2 стала образовательной дисциплиной в Филиппинском университете. Обучение проходит по программе бакалавриата. Вместе с игрой в Dota 2 она включает ряд других дисциплин. Некоторые из них посвящены киберспортивному менеджменту, стримингу, а также дизайну и разработке видеоигры. Занятия в Dota 2 будут представлять собой изучение различных стратегий, а также закрепление их на практике [7].

– Genshin Impact. Университет Карнеги – Меллона, расположенный в Питтсбурге, включил Геншин Импакт в свою обучающую программу. Речь идёт об университете, занимающимся исследованиями в области науки и техники, инноваций в областях информационных технологий, робототехники и искусственного интеллекта. Обучаясь там, бакалавры имеют возможность выбирать для себя разные курсы, включая и те, что готовы преподавать сами – это сделано для того, чтобы студенты могли делиться знаниями через образовательные программы, разработанные ими самими. Курсы варьируются от семестра к семестру «Геншин Импакт: построение команд» стал одним из доступных к освоению осенью 2023 года. Известно, что в нём учащиеся узнают, как оптимизировать построение отрядов в игре, а также лучшие стратегии их развития. Университет ссылается на то, что понимание различных типов элементарных реакций и лучших командных составов для каждого персонажа помогает развивать стратегическое мышление и лидерские качества, которые являются важнейшими компонентами для студентов, стремящихся к своей профессиональной карьере в любой области. Обучение включает прослушивание лекций, анализирующих различные варианты составления команд и методы борьбы с определёнными боссами [8].

– SimCity использовали в университете Bauhaus в Веймаре (Германия) в рамках курса «Управление технической инфраструктурой», чтобы проиллюстрировать сложные взаимосвязи между множеством факторов при построении комплексных систем. Автор курса профессор Генрих Зёбке (Heinrich Söbke) считает, что использование компьютерной игры помогает студентам понять важность правильного планирования развития инфраструктуры и своевременной коррекции планов, то есть благодаря компьютерной игре у студентов развивается гибкий подход к работе, необходимый в быстро меняющемся мире [9].

В России также применяется игровой метод обучения студентов. Преподаватель ДГТУ (Донского государственного технического университета) проводил занятия по дисциплине «Функциональное программирование», используя игру Minecraft. В качестве доски он использовал таблички. Таким образом посещаемость занятий была куда выше, чем

обычно [10]. Кроме этого примера, в практике образовательной деятельности применяются разработанные преподавателями или заимствованные деловые игры, которые позволяют привлечь больше внимание обучающихся и в ряде случаев получить практические компетенции.

Нами были исследованы различные приложения для использования компьютерных игр в обучении студентов направления менеджмент и туризм. Выделим самые актуальные и функциональные:

1. Hotel: A Resort Simulator. Симулятор отеля, где игрок может сам спроектировать здание, ресепшн, номера, ресторанный дворик. Игра дает возможность решать различные ситуативные задачи с гостями, составлять меню, следить за зарплатой сотрудников, закупать современное оборудование, придумывать увлекательный досуг для клиентов [11].

2. Hotel Giant – игра-симулятор, в которой предстоит управлять и расширять свою собственную гостиничную империю. Игрок берет на себя роль управляющего отелем, которому поручено контролировать различные аспекты деятельности отеля, от финансов до удовлетворения потребностей гостей [12].

3. Luxury Hotel Emporium. Экономическая стратегия, которая позволяет управлять сетью отелей в 12 крупных городах, таких как Берлин и Париж. Прежде чем игрок сможет мечтать о роскоши и богатстве, он начинает с плохо подходящего маленького отеля в одном из европейских мегаполисов. Во-первых, для строительства первого отеля нужно купить дешевую недвижимость. Игрок может выбрать недвижимость трех разных размеров, чтобы разместить один из девяти разных отелей на земле. Как только качество услуг будет соответствовать потребностям клиентов, отель станет прибыльным в кратчайшие сроки, и может быть осуществлено первое расширение. При таком подходе игрок может превратить кучу небольших отелей в сеть отелей. Как менеджер гостиничного комплекса, игрок должен принимать каждое решение. Он сам решает, какие сотрудники наняты, какие услуги предлагаются или сколько нужно маркетинга. Чем больше услуг предлагается, тем больше стартов получает гостиница. В результате цены также могут быть повышены. Но качество услуг не только повышает цены, но и можно ожидать более высоких затрат. Игрок должен найти баланс между услугами и стоимостью, чтобы сделать свой отель прибыльным в долгосрочной перспективе [13].

4. Hotel Magnate. Это симулятор управляющего отелем, с солидным набором инструментов строительства, элементов декора и мебели. При желании тут можно будет построить гигантский многоэтажный отель, но можно обойтись и маленькой хижинкой.

На успешность бизнеса повлияет как устройство отеля, его дизайн и предоставляемые возможности, так и менее очевидные моменты вроде цен на алкоголь. Например, отель с дешевой выпивкой быстро превратится в любимое место молодежи, обожающей все ломать. [14].

5. The Sims 4: Сдаётся! Популярная игра в жанре симулятора жизни, однако разработчики добавили возможность сдавать в аренду жилье. Владельцы жилья могут проживать в одном доме с арендаторами и лично их контролировать, а могут жить отдельно и получать доход от сдачи нескольких объектов. В игре необходимо следить за уровнем жилья, разрешать конфликты и решать экономические задачи [15].

Разнообразие компьютерных программ позволяет подобрать необходимую программу под любые учебные запросы и финансовые возможности.

Выводы. Внедрение компьютерных игр в программу образования студентов позволяет:

- повысить мотивацию у студентов;
- разнообразить процесс обучения;
- усовершенствовать навыки командной работы;
- получить психологическую разгрузку;
- облегчить адаптацию студентов к профессиональной сфере;
- выработать профессиональные компетенции в области менеджмента сферы туризма.

Список литературы

1. Аманов, М. Э. Игровые технологии в условиях цифровой академической среды – тенденция развития современного образования / М. Э. Аманов, Г. А. Атамурадова // Наука в жизни человека. – 2022. – № 2. – С. 51-66.
2. Аманов, М. Э. Игровые технологии в условиях цифровой академической среды – тенденция развития современного образования / М. Э. Аманов, Г. А. Атамурадова // Наука в жизни человека. – 2022. – № 2. – С. 51-66.
3. Сульгина, Е. Г. Компьютерные игры как инструмент обучения, их роль в саморазвитии учащегося / Е. Г. Сульгина, А. К. Вьюхина // Вестник науки и образования. – 2016. – № 6(18). – С. 102-105.
4. Дистанционное образование: проблемы, опыт, перспективы: материалы III Всероссийской научно-практической конференции (с международным участием), 2-3 декабря 2022 года : материалы конференции. – Уфа : БГПУ имени М. Акмуллы, 2022. – 425 с. – ISBN 978-5-907730-20-5. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/339197>
5. DTF.RU – Аризонский университет и студия Relic запустят исторический курс на основе Age of Empires IV [Электронный ресурс]. – URL :<https://dtf.ru/life/956033-arizonskii-universitet-i-studiya-relic-zapustyat-istoricheskii-kurs-na-osnove-age-of-empires-iv>
6. GAZETA.RU – Игра Dota 2 стала дисциплиной высшего образования: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL :<https://www.gazeta.ru/tech/news/2023/11/28/21808429.shtml>
7. VASHGOROD.RU – Геншин Импакт стал частью программы в университете [Электронный ресурс]. – URL : <https://vashgorod.ru/post4494139>
8. Гейминг и его развитие, как образовательный потенциал молодёжи / А. В. Караваев, Ю. А. Гуськова, Е. А. Смирнова [и др.] // Проблемы и перспективы цифровизации агропромышленного комплекса: Материалы Международной научно-практической конференции, Саратов, 07 декабря 2023 года. – Саратов: Саратовский государственный университет генетики, биотехнологии и инженерии имени Н.И. Вавилова, 2023. – С. 51-56. – EDN ZHOUSK.
9. NEWS.MAIL.RU – Российский ВУЗ из-за карантина провел лекцию для студентов в игре Minecraft [Электронный ресурс]. – URL :<https://news.mail.ru/incident/41041142/>
10. Hotel: A Resort Simulator: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL : <https://store.epicgames.com/ru/p/hotel-a-resort-simulator>

УДК 640.41

Филоненко Артем Юрьевич,

SPIN-код: 4204-1493

студент 2 курса магистратуры,

направления подготовки 38.04.02 Менеджмент

Гуманитарно-педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялта

Боярчук Надежда Константиновна,

SPIN code: 9770-9999

Научный руководитель, кандидат педагогических

наук, доцент кафедры менеджмента и туристского бизнеса

Гуманитарно- педагогическая академия (филиал)

ФГАОУ ВО «КФУ имени В.И. Вернадского» в г. Ялта

ИННОВАЦИОННЫЕ ПОДХОДЫ К РАЗВИТИЮ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В КРЫМУ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *Крым, косплей, развитие, инновации, квесты, государственные организации*

АННОТАЦИЯ. *В статье исследуются два инновационных подхода к развитию культурного туризма в Крыму. Будет рассмотрена разработка тематических квестов, которые позволяют участникам погрузиться в историю и культуру региона, а также будет проанализирован рост косплей-движения на полуострове, которое дает возможность крымчанам и гостям оживить исторические события и персонажей*

Filonenko Artem Yurievich,

SPIN code: 4204-1493

2nd year student of the Master's degree,
areas of study 38.04.02 Management

Humanitarian and Pedagogical Academy (branch)

FGAOU VO "KFU named after V.I. Vernadsky" in Yalta

Boyarchuk Nadezhda Konstantinovna,

SPIN code: 9770-9999

Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor of the Department of Management and
Tourism Business Humanitarian and Pedagogical Academy (branch)

FGAOU VO "KFU named after V.I. Vernadsky" in Yalta

INNOVATIVE APPROACHES TO THE DEVELOPMENT OF CULTURAL TOURISM IN CRIMEA

KEYWORDS: *Crimea, cosplay, development, innovation, quests, government organizations*

ANNOTATION. *The article presents an overview of the main achievements of public and private companies in terms of the development of tourist destination of the Republic of Crimea through the integration of modern technologies, as well as recommendations for the development of new innovative products in this area.*

The article explores two innovative approaches to the development of cultural tourism in Crimea. It will consider the development of thematic quests that allow participants to immerse themselves in the history and culture of the region, and will analyze the growth of the cosplay movement on the peninsula, which gives Crimeans and visitors the opportunity to bring historical events and characters to life.

Наблюдаются значительные изменения в сфере культурного туризма, которые формируют новый облик этой индустрии. Культурный туризм, включающий в себя посещение мест и участие в мероприятиях, отражающих культуру, историю и наследие дестинации, становится все более популярным среди путешественников [1]. Эта форма туризма имеет влияние на развитие местных сообществ и экономику региона, создавая новые возможности для бизнеса и сохранения культурного наследия.

Интерактивный туризм становится ключевым трендом в мировой практике. Туристы все чаще стремятся к получению уникального опыта и активному участию в культурной жизни посещаемых мест. Это проявляется в растущем интересе к аутентичным и уникальным товарам и услугам, представляющим местную культуру, таким как традиционная кухня, изделия ручной работы, музыка и искусство [1].

Интерактивный подход к туризму способствует более глубокому погружению в культуру и историю региона. Предположительно такой формат путешествий создает возможности для межкультурного взаимопонимания и обмена, способствуя взаимодействию между туристами и местными жителями [1]. Это не только обогащает культурный опыт обеих сторон, но и способствует формированию позитивного имиджа дестинации как гостеприимного и открытого места.

Наблюдается рост запросов на аутентичный опыт среди туристов. Этот феномен связан с трансформацией повседневного опыта индивида в эпоху постмодерна [2]. Туристы стремятся к получению уникальных впечатлений, которые выходят за рамки стандартизированного туристического продукта.

Однако несмотря на стремление к аутентичности, туристическая индустрия часто предлагает стандартизированный и иллюзорный опыт [2]. Это приводит к возникновению феномена "туристического стыда", когда путешественники осознают невозможность получения подлинного опыта в роли туриста [2].

В ответ на этот запрос мы наблюдаем рост популярности самостоятельных путешествий и альтернативных форм туризма, таких как бэкпэкинг [2]. Туристы все чаще отдают предпочтение поездкам вне системы массового туризма, стремясь к более аутентичному опыту.

Развитие и внедрение цифровых платформ становится ключевым фактором в трансформации индустрии туризма. Эти платформы позволяют аккумулировать данные о тратах туристов в различных регионах, что дает возможность более оперативно реагировать на существующие запросы рынка [3].

В рамках проекта "Экономика данных" создаются цифровые платформы, которые собирают информацию о расходах туристов на питание, проживание, транспорт, посещение музеев и другие услуги [3]. Эта информация позволяет прогнозировать спрос на различные услуги и оптимизировать развитие туристической инфраструктуры.

Также отмечается появление новых цифровых продуктов для удобства туристов, таких как интерактивные туристические маршруты, мобильные приложения с путеводителями и аудиогиды [4]. Эти инновации способствуют улучшению туристического опыта и делают путешествия более доступными и удобными.

В контексте развития туристической отрасли в России наблюдаются значительные инвестиции в инфраструктуру. Президент России Владимир Путин сообщил, что объем финансирования нацпроекта по развитию туризма в 2025–2030 годах составит не менее 403 миллиардов рублей [3]. Этот проект предполагает строительство 17 отелей на 4,5 тысячи номеров и создание 3,5 тысячи рабочих мест, что свидетельствует о масштабных планах по развитию туристической отрасли в стране [3].

Современные тенденции в культурном туризме формируют новый облик индустрии, сочетая в себе стремление к аутентичности, интерактивности и использованию цифровых технологий. Эти изменения открывают новые возможности для развития туризма и требуют от нас адаптации к меняющимся запросам путешественников.

Разработка тематических квестов для интеграции в культурно-туристические программы Крыма.

Наблюдается растущий интерес к тематическим квестам в Крыму, позволяющим участникам погрузиться в богатую историю и культуру региона. Эти инновационные формы культурного туризма способствуют более глубокому пониманию наследия полуострова и привлекают как местных жителей, так и гостей.

На основе проведенного анализа культурных паттернов Крыма рекомендуется разработка квестов по следующим направлениям:

1. Исторические квесты по эпохам, которые позволяют участникам совершить увлекательное путешествие через различные эпохи крымской истории.

Например, квест может быть посвящен древним временам и включать вопросы о Керченском проливе, который в древности назывался Боспор Киммерийский [3]. Участники узнают о скифах, вторгшихся в Крым в 6 веке до н. э., и их оружии, таком как короткий меч акинак [6].

2. Другой квест может охватывать греческий период в истории Крыма, рассказывая о том, как выращивание пшеницы обеспечивало процветание греческих переселенцев [7]. Можно также включить информацию о римском присутствии, в частности о Via Militaris – военной дороге, проложенной римскими легионерами в Крымских горах [6].

Квесты в Крыму могут также охватывать и средневековый период, рассказывая о готах, чье население сохранялось в Крыму до 16-17 веков, и о хазарах, включивших часть Крыма в свой каганат в 7 веке. Так же не стоит забывать и о важных событиях русской истории, таких как крещение князя Владимира в Херсонесе в 988 году [4].

3. Литературные маршруты, которые позволяют участникам погрузиться в мир крымской литературы и искусства.

Например, в рамках проекта «Большая Крымская тропа» Министерство курортов и туризма разработало маршруты «Тропа Волошина» и «Тропа Грина» [4]. Эти маршруты позволяют туристам пройти по местам, связанным с жизнью и творчеством известных писателей и поэтов, вдохновленных красотой Крыма.

4. Литературные квесты не только знакомят участников с произведениями, но и помогают им увидеть Крым глазами писателей и поэтов. Это способствует более глубокому пониманию культурного наследия региона и его влияния на русскую литературу.

Таким образом, разработка тематических квестов в Крыму позволит создать инновационные и увлекательные способы знакомства с историей, культурой и природой региона. Эти квесты не только привлекают туристов, но и способствуют сохранению и популяризации культурного и природного наследия Крыма.

Наблюдается значительный рост популярности косплея в Крыму, что открывает новые возможности для развития культурного туризма на полуострове. Косплей, или костюмированная игра, представляет собой модную форму ролевого моделирования, в которой могут участвовать как взрослые, так и дети [6]. Это увлекательное направление позволяет участникам воплотить в реальности действия героев экрана, литературы и видеоигр.

5. Косплей-движение в Крыму набирает обороты, и мы видим, как оно интегрируется в различные культурные мероприятия и фестивали. Например, на фестивале "Генуэзский шлем 2019" в Судаке был организован большой ролевой турнир персонажей с использованием larp-оружия – имитации холодного оружия, изготовленной по стандартам европейских ролевых игр [4].

Рекомендации по созданию костюмированных туров

Костюмированные туры позволяют туристам погрузиться в атмосферу различных эпох и фантастических миров. Эти туры предоставляют уникальную возможность для участников стать частью живой истории или любимого произведения.

В рамках таких туров уделяется особое внимание качеству костюмов. Как отмечают организаторы ролевых турниров, костюмы должны соответствовать определенному кинофильму или книге и быть достаточно высокого качества, чтобы пройти отборочную комиссию [4].

Костюмированные туры охватывают широкий спектр тем. Участники могут выбрать образы из различных эпох и жанров: от исторических персонажей до героев фэнтези и научной фантастики. Как отмечают организаторы фестиваля «Генуэзский шлем 2019»: «Ларповый турнир – это мультиэпоха фэнтези, где вы можете быть кем угодно: эльфом, гномом, чудовищем, Джеком-воробьем...» [4].

Организация тематических фотосессий, которые становятся все более популярными среди косплееров и туристов. Эти фотосессии позволяют запечатлеть яркие образы на фоне живописных крымских пейзажей и исторических достопримечательностей.

Для организации таких фотосессий налаживается сотрудничество с профессиональными фотографами и визажистами, которые помогают создать аутентичные образы. Происходит выбор локации, наиболее подходящей для конкретных персонажей или эпох, что позволяет создавать впечатляющие и атмосферные снимки.

Тематические фотосессии не только привлекают туристов, но и способствуют популяризации крымских достопримечательностей. Фотографии, сделанные во время таких сессий, распространяются в социальных сетях, привлекая внимание к красоте и разнообразию крымских ландшафтов.

Взаимодействие с местными сообществами косплееров и ролевиков, позволит развивать это направление и привлекать все больше участников. Как отмечают организаторы ролевого турнира на фестивале "Генуэзский шлем", у них уже установлены «большие связи по всей России и достаточное количество участников для этого мероприятия» [4].

Организуются регулярные встречи и мастер-классы для местных энтузиастов косплея, где они могут обмениваться опытом, учиться новым техникам создания костюмов и реквизита. Это способствует повышению качества косплея в регионе и привлекает все больше талантливых участников.

Кроме того, необходимо работать над интеграцией косплея в другие культурные мероприятия Крыма. Например, организаторы ролевого турнира на «Генуэзском шлеме» планируют в будущем году сделать отдельный блок, посвященный этой теме [4]. Это позволит привлечь еще больше участников и зрителей, способствуя развитию культурного туризма в регионе.

Развитие косплей-движения на полуострове открывает новые перспективы для культурного туризма в Крыму. Создание костюмированных туров, организация тематических фотосессий и активное взаимодействие с местными сообществами способствуют формированию уникального туристического продукта, привлекающего как российских, так и зарубежных гостей.

Выводы. Инновационные подходы не только привлекают туристов, но и способствуют сохранению и популяризации богатого культурного наследия полуострова. Тематические квесты и косплей-мероприятия дают возможность гостям и местным жителям погрузиться в историю и культуру Крыма, создавая уникальный и запоминающийся опыт.

В конечном счете, эти новые формы культурного туризма имеют влияние на местную экономику и социальную жизнь. Они создают рабочие места, стимулируют творческий потенциал местного населения и способствуют формированию позитивного имиджа Крыма как современного и привлекательного туристического направления.

Список литературы

1. Культурный туризм и гостеприимство: аутентичность маркетинга: стратегии бизнеса в сфере культурного туризма – URL: <https://fastercapital.com/ru/content/Культурный-туризм-и-гостеприимство--аутентичность-маркетинга--стратегии-бизнеса-в-сфере-культурного-туризма.html>.
2. Аутентичность городского туристического опыта в ситуации роста популярности геолокационных социальных сетей – URL: https://www.nlobooks.ru/magazines/novoe_literaturnoe_obozrenie/133_nlo_3_2015/article/11440/.
3. Как цифровые платформы помогут развитию туризма в Крыму – URL: <https://crimea.ria.ru/20240330/kak-tsifrovye-platformy-pomogut-razvitiyu-turizma-v-krymu--mnenie-1136144597.html>.
4. Туристический портал Республики Крым – URL: <https://travelcrimea.com/>.
5. Проблемы и перспективы культурного туризма в Крыму – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/problemy-i-perspektivy-kulturnogo-turizma-v-krymu>.

6. Культурно-познавательный туризм в Республике Крым: актуальность равномерного развития по сезонам и регионам полуострова – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturno-poznavatelnyy-turizm-v-respublike-krym-aktualnost-ravnomernogo-razvitiya-po-sezonam-i-regionam-poluostrova>.

УДК 640.41

Бу-Матар Екатерина Григорьевна,
магистр 2 курса, направление «Сервис», профиль
«Управление процессами обслуживания»,
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Сергеева Елена Анатольевна,
SPIN-код: 9146-4084
научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет»

РОЛЬ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМА В РАЗВИТИЕ МЕЖДУНАРОДНОЙ ТУРИСТСКОЙ ИНДУСТРИИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *ВТО, наследие, культура, культурный туризм, традиции, туристская индустрия, ЮНЕСКО*

АННОТАЦИЯ. *Развитие культурного туризма является важным элементом расширения международной туристической индустрии, способствует укреплению дипломатических и культурных связей между странами, а также благоприятно влияет на развитие экономических отношений и улучшение качества жизни населения. Исследование роли культурного туризма, подчеркивает его влияние на сохранение культурного наследия и социокультурное разнообразие.*

Bu-matar Ekaterina Grigorievna,
2nd year Master's degree, Service direction, profile
«Service process Management»,
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,
SPIN code: 9146-4084
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

THE ROLE OF CULTURAL TOURISM IN THE DEVELOPMENT OF THE INTERNATIONAL TOURISM INDUSTRY

KEYWORDS: *WTO, heritage, culture, cultural tourism, traditions, tourism industry, UNESCO*
ANNOTATION. *The development of cultural tourism is an important element of the expansion of the international tourism industry, contributes to the strengthening of diplomatic and cultural ties*

between countries, and also has a beneficial effect on the development of economic relations and improving the quality of life of the population. The study of the role of cultural tourism highlights its impact on the preservation of cultural heritage and socio-cultural diversity.

Введение. Культурный туризм является одним из ключевых сегментов туристской индустрии, который имеет большое значение для развития международного туризма. Культурный туризм позволяет путешественникам познакомиться с историей, традициями, искусством и культурой различных стран и народов. Полученный опыт обогащает их знания, развивает понимание и уважение к разнообразию культурного наследия мира.

Актуальность исследования культурного туризма в развитие международной туристской индустрии заключается в сохранении и продвижении культурного наследия, поддержании традиций и местных промыслов, а также способствует развитию экономики регионов через создание новых рабочих мест и развитие инфраструктуры. Культурный туризм способствует межкультурному диалогу и пониманию между народами, которое влияет на укрепление международного мира и сотрудничества.

Цель исследования – изучить роль культурного туризма в развитие международной туристской индустрии.

Методы исследования: исторический, анализ литературы, описание, обобщение, системный подход.

Исследованиями культурного туризма в развитие международной туристской индустрии занимались следующие авторы: А.Ю. Александрова [1], С.Р. Бабаева [2], С.А. Демина [3], Р. Т. Латыпова [4], Д.А. Прудаева [5] и другие.

Результаты исследования. В современном мире общество все больше стремится к познанию новых культур, новых впечатлений и эмоций, что способствует популярности культурного туризма на международной арене. А.Ю. Александрова утверждает, что «развитие культурного туризма становится важным фактором роста международной туристской индустрии, направленного на привлечение новых потоков туристов в различных странах мира» [1, с. 143].

Культурное наследие со слов Р. Т. Латыпова является «неоценимым элементом идентичности народа, отражающим его историю, ценности, образ жизни и духовные устремления» [4, с. 881]. Исторические произведения художников, архитекторов, музыкантов, а также фольклор, обычаи, религиозные обряды, традиции составляют богатое культурное наследие народов всего мира [4, с. 882]. Данные ценности содержат важную роль в жизни современного общества, способствуя сохранению и передачи будущему поколениям уникальные факты культуры и традиции народов. Благодаря сохранению культурного наследия, молодое поколение сможет изучить и понимать историю своего народа, уважать его традиции и формировать свое собственное мировоззрение.

С.А. Демина подчеркивает, что «культурный туризм содержит важную роль для реализации задач культурной международной политики, где государства продвигают свою культурную идентичность, привлекают внимание местными достопримечательностями и традициями, искусством, литературой, обычаями. Данный подход обеспечивает туристическую привлекательность и укрепление международных взаимодействий» [3].

Конвенция 1972 года по охране мирового природного и культурного достояния фактически обращалась главным образом к материальным или физическим аспектам наследия. Однако с течением времени осознание необходимости защиты как материального, так и нематериального культурного наследия стало все более значимым. В связи с этим Всемирная туристская организация (ВТО) рекомендовала государствам-членам присоединиться к этой Конвенции и руководствоваться не только ее принципами, но и принципами Хартии по культурному туризму, принятой на Международном семинаре по туризму в 1976 году по инициативе Международного совета по памятникам и историческим местам [4, с. 883].

Ведущую роль Всемирной туристской организации и ЮНЕСКО в области туризма и культуры подчеркивает их координирующая деятельность на международном уровне. Данные организации направляют усилия на содействие сотрудничеству между странами, передачу передового опыта, технологий и методов управления в области туризма и культуры, а так же занимаются разработкой стандартов и рекомендаций, способствующих устойчивому развитию туризма и сохранению культурного наследия [1, с. 151]

Другие международные организации, как межправительственные, так и неправительственные, которые тоже заинтересованы в сохранении памятников культуры и общественных ценностей через туризм, могут оказывать содействие ВТО и ЮНЕСКО. Их помощь может заключаться в совместных проектах, обмене опытом, финансовой поддержке, а также в развитии механизмов сотрудничества для достижения общих целей в области сохранения и продвижения культурного наследия через туризм [5].

С.Р. Бабаева утверждает: «ИКОМОС (Международный совет по памятникам и местам) является важной организацией в области культурного туризма, так как она сосредоточена на сохранении и охране культурного наследия мирового значения. ИКОМОС работает над выделением и сохранением памятников культуры, древних поселений, архитектурных шедевров, исторических мест и т.д., чтобы сохранить их для будущих поколений и позволить широкой аудитории познакомиться с этими уникальными объектами» [2, с. 1].

Отметим, что деятельность таких международных организаций, как «ЮНЕСКО, Всемирная туристская организация и ИКОМОС, направлены на поддержку и развитие культурного туризма, основываясь на принципах охраны культурного наследия и уважения к местным традициям, способствуют развитию образовательных программ, включающих знакомство с наследием человечества, архитектурными шедеврами, музеями и другими культурными ценностями, стимулируя интерес к культурному разнообразию и истории различных народов» [2, с. 2].

Таким образом, совместные усилия ВТО, ЮНЕСКО и других заинтересованных организаций на международном уровне играют ключевую роль в поддержании и защите культурного наследия через туризм, обеспечивая его сохранение для будущих поколений и укрепляя международное сотрудничество в этой области.

Партнерство между культурой и туризмом по мнению Д.А. Прудаевой имеют значение на национальном и международном уровнях, создавая партнерские отношения России с другими странами. Наша страна обладает огромным потенциалом для развития данного партнерства и расширению международного партнерства в сфере культурного туризма [5].

Отметим, что создание благоприятных условий для взаимодействия культурных и туристических отраслей поощряет сохранение и продвижение культурного наследия, способствует туристической привлекательности международных стран и благоприятно влияет на экономическое развитие мирового общества в целом. Таким образом, развитие партнерства между культурой и туризмом имеет стратегическое значение для обеспечения устойчивого развития и продвижения международного сотрудничества.

Выводы. Подводя итоги нашего исследования роли культурного туризма в развитие международной туристской индустрии, отметим, что согласно анализу литературы выявлено, что культурный туризм способствует сохранению и продвижению культурного наследия различных стран, поощряет взаимоуважение к разнообразию культур и традиций, способствует обмену опытом и знаниями между народами, развитию инфраструктуры, созданию рабочих мест, увеличению дополнительных доходов для местных населения и повышению экономического потенциала стран.

Список литературы

1. *Александрова, А.Ю.* Международный туризм / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект пресс, 2022. – 470 с.

2. *Бабаева, С.Р.* Понятие «культурный туризм», его основные характеристики / С.Р. Бабаева // Актуальные проблемы гуманитарных и естественных наук. – 2017. – С. 1-3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/predely-primeneniya-sudeyskogo-usmotreniya?ysclid=lu6h2p585f820220723>
3. *Демина, С.А.* Культурный туризм как одно из направлений региональной культурной политики и его роль в развитии общества / С.А. Демина // Политика, государство и право. 2014. № 4. – URL: <https://politika.snauka.ru/2014/04/1480> (дата обращения: 10.06.2024).
4. *Латыпова, Р. Т.* Культура и туризм / Р. Т. Латыпова. // Молодой ученый. – 2016. – № 7 (111). – С. 881-884. – URL: <https://moluch.ru/archive/111/27847>
5. *Прудаева, Д.А.* Роль культуры в развитии туризма / Д.А. Прудаева Д.А. //V Международная студенческая научная конференция. Студенческий научный форум – 2013. – URL: <https://scienceforum.ru/2013/article/2013008106>

УДК 338.462

Салимгиреева Е.А.,

Научный руководитель, Старший преподаватель
Уральский государственный экономический университет,
Екатеринбург

Кушхова С.Р.,

Студент второго курса
Уральский государственный экономический университет,
Екатеринбург

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА СЕВЕРНОМ КАВКАЗЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *развитие туризма, Северный Кавказ, экономические проблемы, бизнес-стратегия*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются проблемы развития туризма на Северном Кавказе. Авторы описывают климат и природу территории, выделяют экономические и политические проблемы, препятствующие развитию туризма.*

Salimgireeva E.A.,

Senior lecturer
Ural State University of Economic, Yekaterinburg

Kushkhova S.R.,

Second-year student
Ural State University of Economic, Yekaterinburg

PROBLEMS AND PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE NORTH CAUCASUS

KEYWORDS: *the development of tourism, the North Caucasus, economic problems, business strategy.*

ANNOTATION. *The article studies the problems of tourism development in the North Caucasus. The authors describe the climate and nature of the territory and highlight economic and political problems hindering the tourism development.*

The development of tourism is more relevant than ever today, as tourism has a serious impact on the economy of our country: it attracts investors, creates a significant number of jobs, increases the tax system, develops infrastructure, and helps preserve the cultural heritage of our rich country. The North Caucasus is a unique region rich in cultural heritage, picturesque natural landscapes and a variety of tourist opportunities. However, despite all its advantages, this region faces a number of problems that hinder the development of tourism.

The North Caucasus is a region in Russia, which is located in the southern part of the European part of Russia, in the lower – reaches the river Volga. This region is famous for its unique beauty of nature, historical monuments, as well as a wide variety of mineral water deposits. [1] This region of Russia is ideal for the development of various types of tourism. However, what prevents this development today?

The territory of the North Caucasus is quite extended due to the mountains that are located there, and therefore the climate in different parts of the region is different. For example, in the Karachay-Cherkessia Republic, the climate is moderately warm, and in the Republic of Dagestan it is maritime. It is also possible to highlight the fact that there is a very diverse flora: forests, subalpine and alpine meadows, steppes. In addition to the above, it can also be noted that there are many historical attractions in the territory of the region under consideration, which is also an advantage for the development of the tourism sector. For example, there are 346 historical monuments in the Republic of Dagestan alone. Exploring the nature and historical heritage of the region, the question arises: what is an obstacle to the development of tourism in the North Caucasus? Let us look at this issue in more detail. In the North Caucasus, tourism is the main type of income and employment for the population, but currently this region is not the most peaceful region of Russia. There are a number of problems that are inherent in this district.



Fig.1 Economic problems of tourism development in the North Caucasus

Of course, all these problems adversely affect the development of the tourism industry, because, for example, highly qualified service, as well as competent propaganda about less popular tourist sites, is almost a key factor in the functioning of the entire resort structure of the North Caucasus Federal District. However, despite all the problems that exist in this region, it is possible to highlight the advantages of developing this area. Tourism in the Caucasus has been actively developing recently. The prerequisite for this is political reasons, for example, such as the closure of

the borders of individual countries, where residents of our country used to go most often. I think this is an excellent reason for domestic tourism to develop in Russia, including in the North Caucasus. There is everything in this region for the development of tourism: rivers, mountains, historical monuments, mineral water deposits, as well as an abundance of lakes. Thus, mountain rivers provide an opportunity for rafting, mountains – for mountaineering, historical monuments – for enriching cultural values and historical development of different people, mineral water deposits and wellness complexes – for improving and maintaining the quality of health, lakes for – conducting excursions, capturing beautiful views, as well as for improving the health of tourists. There are more than 2 thousand lakes in the North Caucasus, thus, due to the wide variety of natural beauties, this region has all the prospects for the development of tourism in it. In addition, new areas of tourism have recently appeared in the region, such as ecological, rural and automobile tourism. It also serves to improve the field of tourism in the region. One of the prospects for the development of tourism in the North Caucasus may be the development of ecotourism. The region has a unique nature, clean air, mountain lakes and picturesque landscapes that can attract lovers of nature and outdoor activities. It is also worth developing ski tourism, tourism in national parks and reserves, cultural and sightseeing tourism, as well as rural tourism, which allows you to get acquainted with local customs and traditions.

In general, the development of tourism in the North Caucasus is a complex task that requires an integrated approach and joint efforts on the part of the state, business and local communities. However, with the right approach and effective management, tourism can become an important factor in the economic development of the region and a way to attract investment and new opportunities for local residents. Summing up, for the active development of tourism in the region, it is necessary to make changes to the business strategy of this district. It should be flexible, that is, adapt to all kinds of changes in Russia, both political and economic.

Список литературы

1. *Rakovskaya, E. M.* Physical geography of Russia: in 2 vols. Vol. 1: textbook for students. institutions of higher education. M.: Publishing Center «Academy», 2013 pp. 171, 173. – 256 p. – ISBN 978-5-7965-9570-7. – ISBN 978-5-7695-9569-1
[<https://www.livelib.ru/book/1000726022-fizicheskaya-geografiya-rossii-v-2-tomah-tom-1-elvira-rakovskaya>]
2. *Aslanov, D.I., Golubova M.I., Petriv A.A.* Modern state and prospects of tourism development in the North Caucasus // Fundamental research. – 2017. – No. 3. – pp. 95-99;
[<https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=41401>]

УДК 338.48

Баскакова Дарья Сергеевна,

бакалавр 3 курса, направление «Туризм»,

профиль «Технология и организация

туроператорских и турагентских услуг»,

ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина», Рязань

Беркасова Лариса Васильевна,

SPIN-код: 8735-9902

Старший преподаватель,

ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина», Рязань

АНАЛИЗ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *культурно-исторические ресурсы; памятники; объекты археологического наследия; музей-заповедник; деревянное зодчество; туризм*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлен анализ культурно-исторических ресурсов Карелии, учитывающий памятники истории и культуры. Это свидетельствует о туристическом потенциале региона. Однако все виды и элементы культурно-исторических ресурсов могут иметь разную значимость для туристической деятельности.*

Baskakova Darya Sergeevna,
Bachelor of 3 courses, direction «Tourism»,
Profile «Technology and organization of tour
operator and travel agency services»,
Ryazan State University named after S.A. Yesenin, Ryazan

Berksova Larisa Vasilyevna,
SPIN code: 8735-9902
Senior lecturer
Ryazan State University named after S.A. Yesenin, Ryazan

ANALYSIS OF CULTURAL AND HISTORICAL RESOURCES OF THE REPUBLIC OF KARELIA

KEYWORDS: *cultural and historical resources; monuments; objects of archaeological heritage; museum-reserve; wooden architecture; tourism*

ANNOTATION. *The article presents an analysis of cultural and historical resources of Karelia, taking into account historical and cultural monuments. This indicates the tourism potential of the region. However, all types and elements of cultural and historical resources may have different significance for tourism activities*

Актуальность исследования определяется тем, что на территории республики Карелия имеются большое количество культурно-исторических ресурсов, которые способствуют привлечению туристов и развитию туризма в регионе.

На территории республики Карелия насчитывается порядка 4,7 тысяч различных памятников истории и культуры, среди которых около трех сотен памятников деревянного зодчества. Все они состоят на учете у государства, представляют культурную и историческую ценность, что свидетельствует о туристическом потенциале региона. Их можно поделить на 3 большие группы [3]:

– Памятники истории, связанные с важнейшими событиями в истории края, святыми местами, жизнью государственных деятелей, ученых и народных героев.

– Объекты археологического наследия – городища, установленные исследователями, культовые памятники, петроглифы и т.п.

– Этнографические особенности – уникальная карельская культура, выражающаяся в музыке, танцах, ремеслах и народных обычаях.

– Историческим памятником принято называть сооружение или место, имеющее значительную культурную, историческую, архитектурную или художественную ценность.

– Республика Карелия обладает богатой историей, здесь можно увидеть огромное количество объектов, связанных с различными эпохами и культурами. Именно это привлекает туристов, которые занимаются культурным туризмом.

Один из памятников – знаменитый архитектурно-исторический комплекс Кижского острога, включенный в список объектов всемирного наследия ЮНЕСКО. Он располагается на острове в Онежском озере, который находится между восточным берегом Заонежского полуострова и Большим Климецким островом. Этот комплекс пользуется популярностью у туристов, так как это музей под открытым небом и здесь собраны памятники деревянного зодчества трех народностей, которые являются коренными для Заонежья: вепсов, карел и славян.

Большой популярностью у туристов пользуется экспозиционный сектор музея-заповедника, посвященный традиционной культуре русских Заонежья, так как здесь наиболее ярко представлены объекты деревянного зодчества (см. таб.1).

Таблица 1.

Экспозиционный сектор «Русские Заонежья» (составлено автором по: [2])

Памятник	Дата постройки
Церковь Преображения Господня	1714 год
Церковь Покрова Богородицы	1694—1764 года
Колокольня Кижского погоста	1863—1874 года
Ограда Кижского погоста	1800 год
Церковь Воскрешения Лазаря	Построена до XVI века
Памятник	Дата постройки
Часовня Михаила Архангела	Построена в начале XVIII века
Дом Ошевнева	1876 год
Мельница ветряная Биканина	Построена в начале XX века

Горный парк «Рускеала» – еще один туристический комплекс, основой которого является объект культурного наследия и памятник истории – заполненный грунтовыми водами бывший мраморный карьер. Когда добыча мрамора в этих местах была остановлена, карьеры превратились в озера, наполненные прозрачной бирюзового цвета водой, а шахты стали гротами, которые идеально подходят для проведения подземных экскурсий. Туристы могут пройти вокруг каньона по специально оборудованному маршруту, в сопровождении гида или в одиночку, спуститься в один из гротов или взять полноценную экскурсию в подземный мир Рускеала. Также на территории горного парка регулярно проходят различные спортивные и культурные мероприятия.

В республике находится уникальный военно-исторический и геологический музей – гора Филина. Главная его особенность заключается в том, что он расположен в огромном рукотворном бункере, построенном во время войны для штаба финской армии, внутри мощной гранитной скалы. В основном зале расположена экспозиция «Пульс истории», где посетители знакомятся с событиями военных противостояний России и Финляндии, а также историей Лахденпохского района республики. Вторая часть музея рассказывает о геологических особенностях горы Филина. Коллекция минералов собрана из редких видов и горных пород, некоторые добывают только в этом месте: сортавалит, биотит, андалузит, мусковит. На территории музейного комплекса расположены парк военной техники и аллея деревянных скульптур. Любителей активных развлечений привлекают экстремальная трасса и интерактивный тир со страйкбольным оружием.

Валаам является крупнейшим из островов одноименного архипелага, располагающегося в северной части Ладожского озера. Сюда приезжают паломники, желающие прикоснуться к святым местам, и туристы, в целях религиозного туризма. Само

название острова возникло много столетий назад, когда здесь жили финно-угорские племена, а позже – карелы. Оно, возможно, происходит от финно-угорского слова «валамо» – «высокая, горная земля», смешавшись с именем пророка Валаама. На острове находится памятник русского зодчества – Валаамский мужской монастырь.

Город Петрозаводск является не только столицей, но и историческим и культурным центром республики. В нем находится множество исторических памятников: Карельский музей, Дом-музей Карпова, памятник Петру I и др.

В целях культурного туризма люди приезжают в республику, чтобы познакомиться с историей человечества, которое когда-то проживало на данной местности.

Археологический памятник – это объект материальной культуры, который несет в себе определённый объём информации о прошлом.

Свыше 2,5 тысяч археологических памятников, не считая случайных находок, выявлено на территории Карелии. Найдены материальные остатки жизни и деятельности людей от эпохи каменного века (7 тыс. до н.э.) до Средневековья. Больше встречаются остатки поселений, чем погребения (курганы, грунтовые могильники, одиночные захоронения). Также обнаружены Беломорские и Онежские петроглифы – наскальные рисунки древних людей, расположенные на побережьях Белого моря и Онежского озера соответственно. Петроглифы Беломорья находятся на островах около впадения в море реки Выг, у самой воды. В основном они небольшие по размеру, хотя встречаются и исключения. Сюжеты достаточно реалистичны – люди идут на охоту, забивают лося или тюленя, плывут в лодке, сражаются. Онежские петроглифы расположены в основном на мысе Бесов нос и в окрестностях. Самый известное наскальное изображение этих мест – огромный бес (более двух метров), перерезанный православным крестом. По преданию, так монахи Муромского монастыря хотели «нейтрализовать» злую силу изображения.

На территории республики находится символ поселка Калевала, установленный в самом центре – сосна Лённрота. Поскольку поселок славится древними рунопевческими традициями, калевальцы хранят память об известном собирателе карельского фольклора и финском враче Элиасе Лённроте, который по преданию сидел под сосной, делал свои путевые заметки о множестве рун, впоследствии вошедших в народный эпос «Калевала». Они берегут историю своей малой родины и всячески подчеркивают свой особый статус.

Сейчас на островах архипелага «Кузова» проживают только птицы, но какое-то время назад на этой территории жил древний народ – саамы. Они оставили после себя культовые сооружения: каменные лабиринты и сейды (священные объекты северо-европейских народов), огромные камни, установленные на короткие каменные «ножки».

Существует такая отрасль исторической науки как этнография, которая изучает происхождение и расселение племен, народностей и наций, формирование специфических особенностей их культуры и образа жизни, их исторические и культурно-бытовые взаимосвязи и взаимодействия.

В Карелии можно выявить обширное этнографическое наследие. Соседство двух миров – славянского и финно-угорского – породило интересные культурные и этнографические особенности бытования населения края. Карельский и вепские языки вобрали в себя русские слова, в свою очередь насытив местные диалекты русскоязычного населения словами финно-угорского происхождения.

Духовную и материальную культуру разных народов Карелии сближают общие черты, свойственные крестьянскому населению Севера России. К ним можно отнести гармонию сосуществования человека с суровой северной природой, православную веру, мирно соседствующую с языческими верованиями.

Из такой символической связи человека с природой следует разнообразие жанров народного творчества: народные сказки, песни, мифы, обряды, приметы, загадки и др. Особенную роль в древней карельской культуре и религии играли руны. Карелы использовали их как письменный язык для общения, записи магических формул и заклинаний, а также для

религиозных практик и предсказания будущего. Эти руны напоминали скандинавские и славянские, но имели некоторые отличительные черты. С течением времени руническая письменность была заменена латинским алфавитом, а символы утратили свое значение. Однако, сегодня интерес к рунам возрождается, так как многие туристы хотят узнать их историю и значение, посетить места их нахождения.

Туристы, занимающиеся такими видами туризма как культурный, познавательный, этнический и паломнический, приезжают в Карелию, чтобы познакомиться с культурой и традициями других народов, узнать историю и особенности их образа жизни, исследовать местные обычаи. Эти виды туризма позволяют им погрузиться в атмосферу местной жизни, расширить кругозор и понимание различий между культурами.

Список литературы

1. Карелия [Электронный ресурс] // Твоя Карелия – туроператор по Карелии и Соловкам, <https://tvoyakarelia.com/index.html> (дата обращения: 09.09.2024).
2. Кижы (музей-заповедник) [Электронный ресурс] // Википедия – свободная энциклопедия, <https://ru.wikipedia.org> (дата обращения: 09.09.2024).
3. Кусков, А.С. Рекреационная география / А.С. Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова– М.: МПСИ Флинта, 2015.
4. Общая информация об отдыхе в Карелии [Электронный ресурс] // Карелия – туристский портал, <https://ticrk.ru/> (дата обращения: 09.09.2024).

УДК 3.373.79.81

Курилова Елена Владимировна,
к.э.н., доц., ФГБОУ ВО «Уральский
государственный экономический
университет», Екатеринбург

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКИХ КЛАСТЕРОВ В СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туризм, Свердловская область, туристские кластеры, инфраструктура, культурно-исторические ресурсы, рекреационный туризм, государственная поддержка.

АННОТАЦИЯ. В статье рассматривается развитие туризма как одного из приоритетных направлений социально-экономического развития Свердловской области. Автор акцентирует внимание на богатом природном и культурно-историческом потенциале региона, который, однако, требует комплексного развития туристской инфраструктуры и повышения качества туристских услуг. Особое внимание уделено исследованию теоретических основ формирования туристских кластеров и анализу их текущего состояния в области. В статье выделяются различные типы туристских кластеров, включая рекреационные, культурно-познавательные, приключенческие, этнические и деловые, с учетом уникальных характеристик Свердловской области. Авторы также подчеркивают важность государственной поддержки и инвестиций для развития туристской отрасли. Приведены примеры действующих кластеров, таких как «Большой Екатеринбург» и «Горный Урал», что иллюстрирует многообразие туристских возможностей региона. Кроме того, обсуждаются проблемы, препятствующие развитию туризма, включая недостаток современных гостиниц высокого класса и нехватку квалифицированных кадров.

Kurilova Elena Vladimirovna,
Candidate of Economics, Associate Professor, Ural
State University of Economics
Yekaterinburg

DEVELOPMENT OF TOURISM CLUSTERS IN SVERDLOVSK REGION

KEYWORDS: *tourism, Sverdlovsk region, tourist clusters, infrastructure, cultural and historical resources, recreational tourism, state support.*

ANNOTATION. *The article considers the development of tourism as one of the priority areas of socio-economic development of the Sverdlovsk region. The author focuses on the rich natural, cultural and historical potential of the region, which, however, requires comprehensive development of tourism infrastructure and improving the quality of tourism services. Particular attention is paid to the study of the theoretical foundations of the formation of tourism clusters and the analysis of their current state in the region. The article highlights various types of tourism clusters, including recreational, cultural and educational, adventure, ethnic and business, taking into account the unique characteristics of the Sverdlovsk region. The authors also emphasize the importance of government support and investment for the development of the tourism industry. Examples of existing clusters are given, such as "Greater Yekaterinburg" and "Mountain Ural", which illustrates the diversity of tourism opportunities in the region. In addition, the problems hindering the development of tourism are discussed, including the lack of modern high-class hotels and the shortage of qualified personnel*

Развитие туризма является одним из приоритетных направлений социально-экономического развития Свердловской области. В регионе имеются уникальные природные и культурные ресурсы, обуславливающие высокий туристский потенциал. Однако, для его полной реализации необходимо комплексное развитие туристской инфраструктуры, повышение качества туристских услуг, а также создание благоприятных условий для инвестиций в туристскую отрасль.

В связи с этим, актуальным является исследование теоретических основ развития туристских кластеров, анализ состояния и потенциала их развития в Свердловской области, а также разработка рекомендаций по совершенствованию системы управления их развитием.

Целью данного исследования является разработка теоретических и практических рекомендаций по совершенствованию системы управления развитием туристских кластеров в Свердловской области.

Туристский кластер представляет собой пространственную концентрацию взаимосвязанных предприятий, организаций и инфраструктурных элементов, взаимодействующих в сфере туризма и сопутствующих отраслей, объединенных общими ресурсами, рынками и целями. Целью создания туристских кластеров на определенной территории является формирование имиджа региона, его экономическое развитие и повышение качества сервиса предприятий индустрии гостеприимства.

При разработке концепции туристских кластеров необходимо учитывать их сложность и комплексный характер. Это не просто создание еще одной точки притяжения туристов в регион или средства размещения. Необходимо добиваться синергетического эффекта за счет взаимодействия участников туристского рынка в регионе. В первую очередь, это создание рабочих мест в компаниях – туроператорах и турагентах, экскурсионных бюро, компаниях-перевозчиках, средствах размещения, предприятиях питания, развлекательных комплексах, изготовителях сувенирной продукции и т.д.

С территориальной точки зрения выделяют локальные, региональные, национальные и транснациональные кластеры. Перспективным является создание межрегиональных

кластеров, включающих сопредельные территории и открывающие возможность развития и интеграции для таких регионов.

В зависимости от преобладающего вида туризма выделяют следующие типы туристских кластеров [1, 2]:

- Культурно-познавательные кластеры: ориентированы на развитие культурного и познавательного туризма.
- Приключенческие кластеры: ориентированы на развитие приключенческого и экстремального туризма.
- Рекреационные кластеры: ориентированы на развитие пляжного, горнолыжного, оздоровительного и других видов рекреационного туризма.
- Этнические кластеры: ориентированы на развитие этнического туризма.
- Деловые кластеры: ориентированы на развитие делового туризма.

Развитие туристских кластеров в Свердловской области зависит от множества факторов, включая природно-географические условия, такие как уникальные природные ресурсы и благоприятный климат, культурно-исторические достопримечательности и мероприятия, социально-экономическое развитие региона с развитой транспортной и гостиничной инфраструктурой, высокий уровень сервиса, инновационные технологии, а также государственную поддержку и инвестиции [1, 3]. Эти факторы вместе создают условия для привлечения туристов и способствуют экономическому росту региона.

Свердловская область характеризуется значительным туристским потенциалом, обусловленным уникальными природными и культурно-историческими ресурсами. Природное богатство региона включает в себя живописные горные ландшафты Горного Урала с его загадочными пещерами, древними лесами, многочисленными озерами, реками и минеральными источниками. Кроме того, в области можно найти равнины, изобилующие лесами, реками, озерами и болотами, что также привлекает туристов.

Культурно-исторические ресурсы Свердловской области разнообразны и богаты. В регионе расположены уникальные объекты культурного наследия, такие как города Екатеринбург, Невьянск, Верхотурье, Алапаевск и Качканар, а также объекты промышленного наследия. Музейная сеть региона представлена такими учреждениями, как Екатеринбургский музей изобразительных искусств, Уральский государственный горный университет, музей истории и археологии Среднего Урала, музей истории Екатеринбурга и многие другие. Регулярные культурные события, такие как «Ночь музеев», «Старый Новый год», «Ural Music Night» и «Ural Biennale», дополнительно способствуют привлечению туристов и популяризации культурного богатства региона [1-3].

В Свердловской области имеется развитая туристская инфраструктура, включающая более 1 000 гостиниц различного класса, более 50 санаториев, более 200 туристических баз, а также более 5 000 ресторанов и кафе. Регион обладает развитой сетью автомобильных и железных дорог, а также аэропортов, что обеспечивает доступность для туристов.

Однако существуют и проблемы в развитии туристской инфраструктуры. В области недостаточно современных гостиниц высокого класса, особенно категорий 4 и 5 звезд. В некоторых муниципальных образованиях отсутствует прямое сообщение с Екатеринбургом и другими крупными городами области, что затрудняет транспортное сообщение. Кроме того, регион испытывает нехватку квалифицированных кадров в сфере туризма, таких как гиды, экскурсоводы, администраторы гостиниц и другие специалисты [1].

В Свердловской области выделяются несколько действующих туристских кластеров. Кластер «Большой Екатеринбург» с ядром в городе Екатеринбург ориентирован на развитие делового, культурно-познавательного и рекреационного туризма. Кластер «Горный Урал» с ядрами в городах Нижняя Тура, Верхотурье и Кыштым направлен на развитие рекреационного и культурно-познавательного туризма. Кластер «Озеро Таватуй» сосредоточен вокруг озера Таватуй и ориентирован на развитие рекреационного и оздоровительного туризма. Кластер

«Гора Белая» с ядром в районе горы Белой нацелен на развитие горнолыжного и спортивного туризма.

В Свердловской области применяются разнообразные механизмы финансовой поддержки для развития туристских кластеров. Среди них – субсидии, гранты для предприятий, внедряющих инновационные проекты в сфере туризма, и налоговые льготы для компаний, осуществляющих инвестиционные проекты в этой области. Органы государственной власти и местного самоуправления играют важную роль в развитии туристских кластеров в Свердловской области [1, 2]. Они осуществляют важные функции: разработка и реализация государственной политики в сфере развития туризма, а также финансовая поддержка развития туристских кластеров.

Таким образом, в ходе проведенного исследования было установлено, что Свердловская область обладает значительным туристским потенциалом, обусловленным наличием уникальных природных и культурно-исторических ресурсов. В области имеется развитая туристская инфраструктура, однако имеются и проблемы, такие как недостаток современных гостиниц высокого класса, недостаточное развитие транспортной инфраструктуры в некоторых муниципальных образованиях и нехватка квалифицированных кадров в сфере туризма.

Список литературы

1. Огурцова, Ю. Н. Перспективные направления развития внутреннего туризма в Свердловской области / Ю. Н. Огурцова // Научное обозрение. Экономические науки. – 2022. – № 4. – С. 35-39. – DOI 10.17513/sres.1111. – EDN ANEQBV.
2. 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. – EDN BAVUSD.
3. Шемякова, Н. О. Влияние федеральной стратегии, федеральной и региональных программ по туризму на развитие туризма в Свердловской области / Н. О. Шемякова // Human Progress. – 2017. – Т. 3, № 6. – С. 5. – EDN ZRIOPF.

УДК 3.373.79.81

Викулова Дарина Андреевна,
бакалавр 3 курса, направление «Туризм»,
профиль «Технология и организация
туроператорских и турагентских услуг»

Андриянова И.Н.,
научный руководитель, к.э.н., доц.
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный
университет имени С.А. Есенина», г. Рязань

АНАЛИЗ КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ КРАСНОДАРСКОГО КРАЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *туристско-рекреационный потенциал, культурно-исторические ресурсы, Краснодарский край, туризм, рекреация*

АННОТАЦИЯ. *Культурно-исторические рекреационные ресурсы (наряду с природными ресурсами) являются неотъемлемой частью туристско-рекреационной системы и служат основой для формирования туристско-рекреационного потенциала. Территория региона обладает богатым потенциалом для распределения культурно-исторических ресурсов*

неоднородно. Актуальность данного анализа заключается в высоком интересе к изучению данных ресурсов края. Существуют различные подходы к оценке культурно-исторических ресурсов как элементов системы организации туристского обслуживания. В связи с отсутствием единой методологии, эти подходы часто основаны на оценке количественных и качественных показателей объектов. Настоящее исследование в своей практической части имеет следующую задачу: оценить культурно-исторический туристско-рекреационный потенциал Краснодарского края.

Vikulova Darina Andreevna,
Bachelor of the 3rd year, direction «Tourism»,
profile «Technology and organization
of tour operator and travel agency services»

Andrianova I.N.,
Scientific supervisor, Ph.D. in Economics, Assoc.
Ryazan State University named after S.A. Yesenin
Ryazan

ANALYSIS OF CULTURAL AND HISTORICAL RESOURCES KRASNODAR TERRITORY

KEYWORDS: *tourism and recreational potential, cultural and historical resources, Krasnodar Territory, tourism, recreation*

ANNOTATION. *Cultural and historical recreational resources (and natural resources) are an integral part of the tourism and recreational system and it serves as the basis for the formation of tourism and recreational potential. The territory of the region has a rich potential for the distribution of cultural and historical resources unevenly. The relevance of this analysis is in the heightened interest in studying these resources of the region. There are various approaches to assessing cultural and historical resources as elements of the tourism service organization system. Due to the lack of a unified methodology, these approaches are often based on the assessment of quantitative and qualitative indicators of objects. This study in its practical part has the following task: To assess the cultural and historical tourism and recreational potential of the Krasnodar Territory.*

Культурное наследие – это наследие исторического развития цивилизации, которое копилось на данной территории. Культурно-исторический потенциал представлен сочетаниями объектов материальной и духовной культуры (различные виды исторических памятников, мемориальных мест, народные промыслы, музеи и др.) [5].

Краснодарский край занимает лидирующее место в России по количеству памятников истории и культуры. По данным на 2022 год: В регионе на госохране состояло 19379 таких памятников, из которых 5176 федерального значения. Большая часть из них – объекты археологии различных исторических эпох. В 2021 году на Кубани утвердили границы территорий 844 памятников культурного наследия, зоны охраны – 138 объектов, предметы охраны – 147. В крае проводят активную работу по реставрации памятников [4].

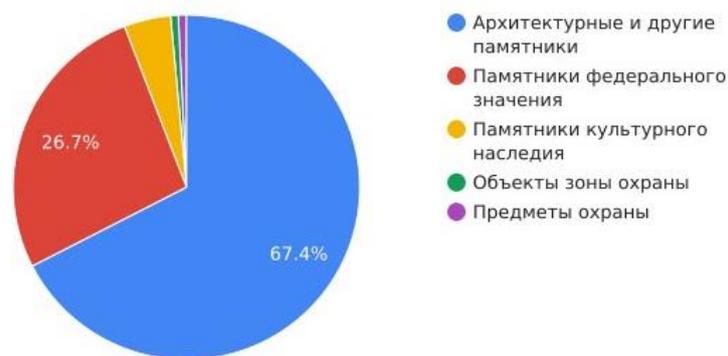


Рис.1. Памятники истории и культуры Краснодарского края

В единый госреестр объектов культурного наследия народов РФ включили 83 исторических здания Кубани конца XIX – начала XX веков. Они расположены в Краснодаре, Армавире, Сочи, Ейске, Приморско-Ахтарске, Геленджике, Новокубанске и Мостовском районе [6]. На территории Краснодарского края примерно:

– 119 музеев (Краснодарский государственный историко-археологический музей-заповедник им. Е.Д. Фелицына; Государственный музей-заповедник «Фанагория»; Дом-музей В.Г. Короленко под Геленджиком; Музей боевой техники под открытым небом «Военная горка»; Сочинский художественный музей им. Дмитрия Дмитриевича Жилинского; Исторический комплекс «Усть-Лабинская (Александровская) крепость»; Анапский археологический музей; Литературный музей Кубани и др.);

– 18 театров (Краснодарский академический театр драмы им. М. Горького; Армавирский театр драмы и комедии; Краснодарский муниципальный молодежный театр, Новороссийский городской театр; Новый театр кукол г. Краснодара; Туапсинский театр юного зрителя; Театр Защитника Отечества; Краснодарский краевой театр кукол; Летний театр им. Фрунзе; Новый Театр Сочи; Театр Старого парка; Театр «Мюзик-холл» г. Краснодара; Театр кукол станицы Староминской; Театр-школа «Артист» и др.);

– 624 храмов и монастырей (Свято-Михайло-Архангельский собор в Сочи, Пустынь Феодосия Кавказского; Свято-Духов монастырь; Собор Александра Невского в Краснодаре; Свято-Покровская церковь в станице Тамань; Храм Святой Блаженной Ксении Петербургской; Храм Святого Иоанна Златоуста; Апшеронский Женский Монастырь Иконы Божией Матери Нерушимая Стена и др.)

Множество церквей, храмов и соборов считаются архитектурными достопримечательностями. Вот некоторые из них:

- Свято-Михайло-Архангельский собор в Сочи. Это старейший храм города-курорта.
- Пустынь Феодосия Кавказского.
- Православный мужской монастырь на хуторе Горный, расположенный в 30 км от города Новороссийска.
- Свято-Духов монастырь. Первый монастырь, построенный на юге России на самом закате Советского Союза.
- Собор Александра Невского в Краснодаре. Стоит в самом начале улицы Красная и неразрывно связан с историей кубанской столицы.
- Театры региона представляют около 35 новых постановок в год. Спектакли театра включают более 130 наименований, большинство из которых адресовано детям и подросткам. В основном это русская и зарубежная классика.

Музеи Краснодарского края обладают уникальными коллекциями, которые участвовали в российских и международных выставочных проектах: «Золото амазонок» (Франция, г. Тулуза), «Арнольд Шенберг и Василий Кандинский. Диалог живописи и

музыки», «Звуки и образ. Музыка в русском искусстве XI-XX вв.» (г. Москва) и др. Ежегодно государственные и муниципальные музеи края посещают около 2 миллионов человек.

Художники постоянно занимаются выставочной деятельностью в регионе и за его пределами. Их работы отмечены высокими государственными наградами. Работы краевых художников украшают экспозиции республиканских и муниципальных музеев и картинных галерей России и Краснодарского края, находятся в частных коллекциях в стране и за рубежом. Раз в два года министерство культуры и краевая организация Федерации художников проводят краевой художественный конкурс "Биеннале".

Памятники архитектуры Краснодарского края – особый вид культурного наследия.

Краснодарский край богат культурно-историческими ресурсами, но наиболее обеспеченными районами можно считать следующие:

– Город Краснодар. В Краснодаре находится множество музеев, галерей и театров, включая Краснодарский краевой художественный музей имени Ф.А. Коваленко, Краснодарский краевой историко-археологический музей-заповедник, Краснодарский краевой театр драмы и другие. Ещё памятник Екатерине Второй, памятник «Собачкина столица», памятник «Основателям Краснодара», памятник «Сердце Кубани» и многие другие.

– Город Сочи. В Сочи находится множество памятников архитектуры, включая Зимний театр, а также музей-заповедник "Малая Земля", который посвящён героической обороне города во время Великой Отечественной войны, памятник «Олимпийский огонь», памятник «Сердце Сочи», памятник «Кубанский казак», памятник «Героям-сочинцам» и пр.

– Город Геленджик. Здесь можно увидеть памятник "Белая невеста", который символизирует чистоту и невинность. Помимо него: памятник «Сердце Геленджика», памятник «Героям-геленджичанам», памятник «Основателям Геленджика». У всех них своя история, своя значимость.

– Город Анапа. В Анапе можно увидеть руины античного города Горгиппия, который был основан в V веке до н.э. Также памятник «Основателям Анапы», Аллея памяти, посвящённая героям-анапчанам, и многие другие.

– Город Новороссийск. Здесь находится музей-заповедник «Малая Земля», который посвящён героической обороне города во время Великой Отечественной войны. Помимо него: памятник «Сердце Новороссийска», памятник «Основателям Новороссийска», памятник «Воинам-защитникам г. Новороссийска».

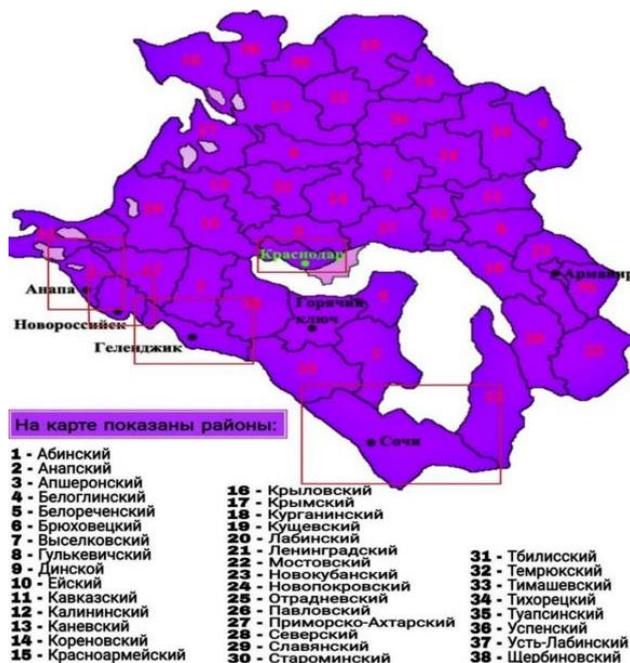


Рис. 2. Наиболее обеспеченные культурно-историческими ресурсами районы Краснодарского края

«Кубань – уникальная природная и историко-культурная территория. Вряд ли в России найдётся место, способное соперничать с Краснодарским краем по количеству и значимости находящихся здесь памятников истории и культуры», – высказалась представительница департамента культуры Краснодарского края Л. П. Пятигора.

В то же время развитию культурно-исторического потенциала Краснодарского края препятствует ряд проблем. К ним относятся недостаточно развитая инфраструктура, неудовлетворительное и разрушенное состояние культурно-исторического наследия.

Проблемы, нерешённые вопросы сохранения историко-культурного наследия Кубани условно можно разделить на объективные и субъективные. К числу первых отнесём тот очевидный факт, что вопросы сохранения историко-культурного наследия в условиях экономических реформ связаны с экономическими, социальными и правовыми проблемами как в России в целом, так и в субъектах Российской Федерации, каждого исторического города и поселения в отдельности.

Основное условие сохранения историко-культурного наследия – консолидация усилий государственных и муниципальных органов власти и государственных органов охраны памятников, общественных организаций.

Необходимо совершенствование системы взаимодействия государственных органов охраны памятников истории и культуры и органов архитектуры и градостроительства всех уровней.

В связи с этим на государственном уровне важно ускорить разработку и утверждение нормативно-правовых актов, регламентирующих взаимоотношения, и совместную деятельность органов архитектуры, и градостроительства, и государственных органов охраны, и использования памятников истории и культуры в сфере сохранения историко-культурного наследия.

Важно, чтобы при подготовке нормативно-правовых актов Государственного земельного кадастра РФ строго учитывались земли историко-культурного назначения.

Не менее важна и проблема ответственности, повышения внутренней духовной культуры каждого человека – гражданина, носителя, создателя и хранителя культурно-исторического наследия.

Заключение. Краснодарский край – это один из самых богатых на культурно-исторические ресурсы регионов России. Здесь можно найти множество памятников истории и культуры, начиная от древних времён и заканчивая современностью.

В Краснодарском крае также находится множество памятников архитектуры, включая православные храмы и монастыри, а также здания, построенные в стиле модерн и конструктивизм.

Кроме того, в Краснодарском крае проводятся различные фестивали и праздники, которые также являются важной частью культурно-исторического наследия региона. Например, фестиваль «Кубанская ярмарка», который проводится ежегодно и собирает множество участников со всей России и мира.

Ресурсы Краснодарского края позволяют развивать различные виды рекреационной деятельности. При этом регион с его многовековой историей и культурным наследием является центром внимания для развития рекреации. В обязательном, если не в первоочередном порядке, внимание должно быть уделено развитию именно познавательному туризму.

Список литературы

1. Актуальные проблемы развития туристской индустрии [Текст] : учебное пособие / [В. В. Баранов и др.] ; под ред. А. Д. Чудновского. – Москва : КНОРУС, 2016. – 439, [1] с. : ил., табл.; 21 см. – (ФГОС 3+); ISBN 978-5-406-03978-6 : 500 экз.
2. Анисимов, В.И. Ресурсы Краснодарского края: Учебное пособие / В.И. Анисимов, Н.А. Битюков. – СГУТиКД. Сочи, 2019 – 206 с

3. Биологические ресурсы Краснодарского края. – URL: <https://mpr.krasnodar.ru/prirodnye-resursy-i-okhrana-okruzhayushchey-sredy/zhivotnyu-mir>
4. Краснодарский край занимает лидирующее место в России по количеству памятников истории и культуры. – URL: <https://admkrain.krasnodar.ru/content/1131/show/630896/>
5. Культурно-исторические ресурсы. – URL: https://studbooks.net/606385/turizm/kulturno_istoricheskie_resursy
- 6.83 исторических здания Краснодарского края признаны объектами культурного наследия. – URL: <https://perspektiva-ru.ru/obshchestvo/83-istoricheskikh-zdaniya-krasnodarskogo-kraya-priznany-obektami-kulturnogo-naslediya>

УДК 3.373.79.81

Вешнякова Л.Ю.,

магистрант 1 курса направление подготовки 43.04.03 Гостиничное дело
Херсонский государственный педагогический университет
Россия, г. Херсон

Рындач Марина Алексеевна,

SPIN-код: 3535-5987

Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕГИОНЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *маркетинговая стратегия, поведение потребителя, гостиничная индустрия, премиальный сегмент.*

АННОТАЦИЯ. *В статье маркетинговая стратегия гостиничного предприятия представлена как результат анализа поведенческих мотивов потребителей. Также показаны особенности и тенденции развития гостиничного предприятия премиального сегмента. Выявлены актуальные проблемы и изложены способы адаптации и оптимизации маркетинговой политики по вызовы современности*

Veshnyakova L.Yu.,

1st year undergraduate course of study 43.04.03 Hotel business
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Ryndach Marina Alekseevna,

SPIN code: 3535-5987

Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

MODERN FORMS OF ORGANIZATION TOURISM ACTIVITIES IN THE REGION

KEYWORDS: *marketing strategy, consumer behavior, hotel industry, premium segment*

ANNOTATION. In the article, the marketing strategy of a hotel company is presented as the result of an analysis of consumer behavioral motives. The features and trends of the development of the premium segment hotel enterprise are also shown. The actual problems are identified and the ways of adapting and optimizing marketing policy to the challenges of modernity are outlined.

Маркетинговая стратегия гостиницы – это ключевой элемент стратегии гостиничного бизнеса, направленный на создание и улучшение товаров и услуг для удовлетворения потребностей клиентов. Она включает в себя среднесрочные и долгосрочные решения, которые определяют маркетинговые мероприятия для достижения поставленных целей [7]. Чтобы сохранить свою позицию на рынке, гостиницам необходимо предлагать широкий ассортимент услуг, тщательно проработанную ценовую политику, выбирать подходящих партнёров и использовать различные методы формирования и стимулирования спроса среди клиентов.

Маркетинговая стратегия считается активным процессом, главное направление которого – сохранение преимуществ компании. Для этого необходимо четко понимать мотивы и природу потребительского выбора, так как способность предугадать поведение потребителей является фундаментом конкурентного превосходства. Понимая и анализируя, как потребители выбирают те или иные товары и услуги, гостиничное предприятие может повысить лояльность существующих клиентов, а также привлечь новых, предлагая услуги, соответствующие их предпочтениям и потребностям. Динамично меняющийся и активно развивающийся рынок создаёт сложности в изучении покупательского поведения, которое определяется множеством взаимосвязанных факторов. Изучение этой информации позволяет определить способы воздействия на поведение потребителей.

Определение понятия «потребительское поведение» может меняться в зависимости от подхода к его интерпретации (экономический, психологический и т.д). Е. А Лысова в своей работе «Поведение потребителей: содержание понятия, социально-экономическая сущность» приводит следующую компиляцию актуальных на данный момент определений, используемых для описания потребительского поведения [6, С.22]:

- действия людей по приобретению, потреблению товаров и услуг и избавлению от них;
- единство процесса принятия потребителем решения о покупке и факторов, определяющих его характер и направленность;
- процесс формирования рыночного спроса покупателей, осуществляющих выбор благ с учётом существующих цен;
- совокупность признаков и показателей, характеризующих действия потребителей, включая их потребительские предпочтения, спрос на товары и услуги, структуру потребления, способы использования доходов.

На потребительское поведение оказывает влияние как экономические, так и социальные, а также культурные и психологические факторы. Однако, выявить общую закономерность и представить потребителя в качестве рациональной системы действий не представляется возможным, потому что человек может принять импульсивное решение. Важно определить и исследовать зависимость между побудительными факторами маркетинга и ответной реакцией потребителей.

Мотивацию в потребительском поведении клиента гостиничного предприятия можно разделить на следующие побудительные факторы [5, С.184]:

- имидж – клиент с высоким доходом отдаёт предпочтение размещению в гостиницах известных мировых брендов (Rixos, Marriott, Four Seasons) соответствующих его социальному статусу.
- комфорт – клиент руководствуется целями поездки и потребительскими нуждами при выборе гостиницы и типа номера (бизнес-поездка, семейная поездка и т.д).
- финансовая выгода – предпочтение в выборе размещения отдается выгодным предложениям, позволяющим получить максимум услуг при минимальных затратах.

Анализ данных факторов позволяет гостиничному предприятию более точно сформулировать стратегию своего развития, начиная с определения геолокации объекта и его внешнего вида, наполнения содержания товаров и услуг, и заканчивая разработкой маркетинговой политики. Особой тщательности требует исследование поведенческих мотивов при работе с премиальным и люксовым сегментами.

Гостиничный сектор, в сравнении с другими отраслями хозяйства, представляет собой достаточно сложную среду, и его развитие напрямую связано с экономической ситуацией как в стране, так и в мире в целом. Согласно прогнозам Future Market Insights, одного из ведущих поставщиков отчётов по исследованию рынка, в ближайшие годы ожидается умеренный среднегодовой рост туристического бизнеса в сегменте люкс на уровне 6,5 % [2]. Этот показатель свидетельствует о непрерывном развитии и процветании индустрии дорогого и качественного туризма. В отчёте «Internova Index: Luxury Advisor Insights» от международной компании Internova Travel Group, объединяющей тревел-консультантов премиального отдыха, указывается, что среди путешественников класса люкс наблюдается тенденция к максимальной конфиденциальности, доступу к эксклюзивным впечатлениям и неожиданным предложениям от отелей и курортов. Клиенты готовы платить больше за индивидуальный сервис и кастомизацию гостиничных услуг [1].

Учитывая изменения в социально-политической обстановке и осложнения во взаимоотношениях с крупными сетевыми брендами, а также принимая во внимание смещение потребительских предпочтений можно сформулировать наиболее распространенные проблемы в гостиничном бизнесе в России:

- сервис: в России относительно непродолжительное время формируются собственные регламенты и стандарты осуществления обслуживания клиентов в гостиницах, большинство из них основаны на опыте сетевых брендов, покинувших рынок;
- дефицит высококвалифицированных сотрудников при высоком росте числа гостиничных объектов;
- рост спроса на внутренний туризм и повышение интереса к премиальному и люксовому сегменту отдыха в силу ограничений выездного туризма;
- низкая узнаваемость бренда из-за активной локализации после длительного периода сотрудничества с международными отельными сетями.

Исходя из выявленных «болевых точек», можно определить тенденции, которые прослеживаются в актуальных маркетинговых стратегиях, используемых гостиничными брендами премиального сегмента.

В настоящее время адаптация гостиничного бизнеса находится в активной фазе. Бренды стали уделять больше внимания HR-маркетингу. Создавая хорошую репутацию компании, повышается лояльность сотрудников, что позволяет избежать частую смену кадров и сформировать фундамент из высококвалифицированных специалистов. Профессиональные и мотивированные сотрудники являются основой оказания клиентского сервиса высокого уровня. Чем больше положительных эмоций оставит отель у гостя, тем больше вероятность, что он станет повторным клиентом.

Также, в продвижении премиального бренда важны репутация и авторитет специалистов, работающих в компании. Поддерживая развитие личного бренда успешного сотрудника, гостиницы удерживают клиентов, привыкших к взаимодействию с определенным контактным лицом.

Использование Интернет-маркетинга для продвижения гостиничных брендов премиального сегмента также имеет ряд особенностей. В настоящее время перфоманс-маркетингу, работающему на результат, уделяется меньше внимание. Сейчас отелям важно поддержать свой бренд, доказать свою надежность без привязки к международным сетям. В распределении бюджета на онлайн продвижение большое внимание уделяется сотрудничеству с b2b сегментом (туристические агенты, онлайн платформы для бронирования гостиниц). Важно обучить рынок, рассказать о гостинице, представить уникальное торговое

предложение. Удачным инструментом может стать онлайн-обучение, участие в профильных онлайн-выставках, что положительно сказывается на узнаваемость бренда в туристической индустрии.

Вторым компонентом продвижением в Интернете является контент-маркетинг. Как показывает актуальная статистика, люди путешествуют с целью отдыха 2-3 раза в год [3]. Бизнес командировки также имеют определенную периодичность или срок исполнения. Гостиничному бренду важно напоминать о себе, чтобы удержать потребительское внимание. По данным Semrush, вероятность, что товар будет продан новому клиенту составляет всего 5–20%, а старому 60–70% [4]. Качественный контент позволит сформировать правильный имидж предприятия. Стоит отметить, что продвижение премиального бренда всегда является игрой в долгую, поэтому не стоит ждать результатов здесь и сейчас, важно последовательно строить имиджевую составляющую бренда.

Еще одним важным моментов маркетинговой стратегии премиального сегмента является инвестирование в программы лояльности. Не стоит забывать, что чрезмерное увлечение специальными предложениями и скидками могут вызвать вопросы к ценности продукта. В этом сегменте программа лояльности следует реализовывать в повышенном сервисе и качестве предлагаемых услуг (повышение типа номера, встреча батлером, приоритетная регистрация и т.д).

Таким образом, мы можем сделать вывод, что изменения в поведенческих привычках потребителя имеет прямое влияние на формирование маркетинговой стратегии гостиничного предприятия, особенно если речь идет о премиальном сегменте. Для обеспечения эффективного продвижения отельного бренда необходимо отслеживать актуальные тенденции и вовремя корректировать маркетинговый курс. В виду сложившихся социально-политических условий, когда гостиницы вынуждены быстро адаптироваться к новым реалиям важно уделить внимание персоналу и HR-маркетингу, сделать акцент на имиджевой рекламе, тщательно следить за контентом и быть в контакте с клиентом, чтобы понимать его нужды и потребности.

Список литературы

1. Internova Index Reveals Luxury Travel Advisor Trends and Insights: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: luxurytraveladvisor.com/data-trends/internova-index-reveals-luxury-travel-advisor-trends-and-insights
2. Luxury Travel Market Analysis by Phone Booking, Online Booking, And In Person Booking from 2024 to 2034: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: futuremarketinsights.com/reports/luxury-travel-sector-outlook
3. Большинство россиян отправляются в семейные путешествия два раза в год: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: luxurytraveladvisor.com/data-trends/internova-index-reveals-luxury-travel-advisor-trends-and-insights
4. Глебов А. Игра в долгую: маркетинг в премиум-сегменте во время рецессии: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: cossa.ru/152/320727/
5. Ковалева Е., Никольская Е.Ю. // Управление потребительским поведением клиентов гостиницы / Е. Ковалева, Е.Ю. Никольская // Международный научный журнал Инновационная наука. – 2016 – №3 – С. 183 – 187
6. Лысова Е.А. Поведение потребителей: содержание понятия, социально-экономическая сущность / Е. А Лысова // Экономика и управление. Вестник ВГУ. – 2019. – №4. – С. 21-27.
7. Особенности маркетинга в гостиничном бизнесе [Электронный ресурс]. – URL: http://waytop.ru/marketing_v_gostinichnom_biznese.html

УДК 346:364.075.2

Евсеева Марина Эдуардовна,

SPIN-код: 9846-8057

бакалавр 4 курса, направление «Туризм»

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма» г. Казани

Никонова Т.В.,

научный руководитель, к.э.н., доцент

ФГБОУ ВО «Поволжский государственный университет
физической культуры, спорта и туризма»

СОВРЕМЕННЫЕ ФОРМЫ ОРГАНИЗАЦИИ ЭКСКУРСИОННЫХ МАРШРУТОВ ДЛЯ ГЛУХИХ И СЛАБОСЛЫШАЩИХ ЛЮДЕЙ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *Формы экскурсионных маршрутов, виды глухоты, причины возникновения глухоты, инклюзивный туризм, статистика по глухим и слабослышащим.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлены современные формы организации экскурсионных маршрутов для глухих и слабослышащих людей и статистика по глухим и слабослышащим людям. Значимость инклюзивного туризма в современном мире.*

Evseeva Marina Eduardovna,

SPIN code: 9846-8057

Bachelor of the 4th year, direction «Tourism»

Volga Region State University

physical culture, sports and tourism" Kazan

Nikonova T.V.,

Scientific supervisor, Candidate of Economics, Associate Professor

Volga Region State University of

Physical Culture, Sports and Tourism

MODERN FORMS OF ORGANIZING SIGHTSEEING ROUTES FOR DEAF AND HARD OF HEARING PEOPLE

KEYWORDS: *Forms of sightseeing routes, types of deafness, causes of deafness, inclusive tourism, statistics on the deaf and hard of hearing.*

ANNOTATION. *The article presents modern forms of organizing sightseeing routes for deaf and hard of hearing people and statistics on deaf and hard of hearing people. The importance of inclusive tourism in the modern world.*

Данная статья посвящена вопросам изучения современных форм организации экскурсионных маршрутов для глухих и слабослышащих людей, которые крайне актуальны в настоящее время.

Развитию инклюзивного туризма в последнее время стало уделяться повышенное внимание на государственном уровне. Для туристической отрасли это означает, что путешественники с ограниченными возможностями здоровья становятся всё более значимым сегментом аудитории. А создание условий для инклюзивного туризма превращается из социальной ответственности в полноценный бизнес.

Актуальность данной работы обусловлена тем, что проблемы со слухом в современном мире проявляется у многих людей. Причины бывают достаточно разными, начиная от наследственности и до приобретенности данного заболевания. Однако, люди с таким диагнозом тоже имеют право путешествовать и познавать мир.

Целью данного исследования является изучение современных форм экскурсионных маршрутов для глухих и слабослышащих людей.

Исходя из цели были поставлены следующие задачи:

- изучить теоретические аспекты исследования современных форм экскурсионных маршрутов,
- изучить технологию разработки экскурсионных маршрутов,
- изучить статистику глухих и слабослышащих людей в России,
- перспективы развития инклюзивного туризма для глухих и слабослышащих людей,
- объектом исследования является: инклюзивный туризм,
- предметом исследования является: развитие экскурсионных маршрутов для глухих и слабослышащих людей.

На сегодняшний день существует определение экскурсии в ГОСТе Р-54604-2011 «Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования»: услуга по организации посещения объектов экскурсионного показа (объекты природного, историко-культурного наследия, промышленные предприятия и др.) индивидуальными туристами (экскурсантами) или туристскими группами, заключающаяся в ознакомлении и изучении указанных объектов в сопровождении экскурсовода, гида, гида-переводчика, продолжительностью менее 24 часов без ночевки [1].

Экскурсия является цельным процессом, имеющим свои специфические функции и характеристики, собственную индивидуальную методику. Она значительно обогатилась по содержанию, формам проведения и методике представления материала, став неотъемлемой частью идейно-воспитательной и культурно-массовой работы.

Проблема глухоты и слабослышания продолжает оставаться серьезной в нашем современном обществе. В России большое количество людей, впервые и на протяжении долгого времени, сталкиваются с проблемами слуха. Это касается как взрослых, так и детей.

Последние статистические данные говорят о том, что количество глухих и слабослышащих в России достигает огромных масштабов к 2023 году. Эта цифра требует всесторонних усилий со стороны государства и всего общества, чтобы найти решение для данной проблемы.



Рис. 1. Статистика по глухим и слабослышащим людям [2].

На основе данных в диаграмме можно заметить, что число взрослых слабослышащих людей составляет 3 миллиона в России, количество глухих людей составляет 2 миллиона, количество детей глухих – 50 000 тысяч и количество слабослышащих детей – 100 000 тысяч.

Отмечается, что количество глухих и слабослышащих детей в России непрерывно растет. Этот тревожный факт требует немедленных действий со стороны государства и

общественных организаций для предотвращения и борьбы с этой проблемой. Регулярные обследования и раннее выявление нарушений слуха у детей, а также разработка и внедрение эффективных методов реабилитации для глухих и слабослышащих детей становятся важными задачами.

Согласно последним данным на 2023 год, количество глухих и слабослышащих взрослых и детей в России имеет различное распределение по регионам. Вот некоторые из них:

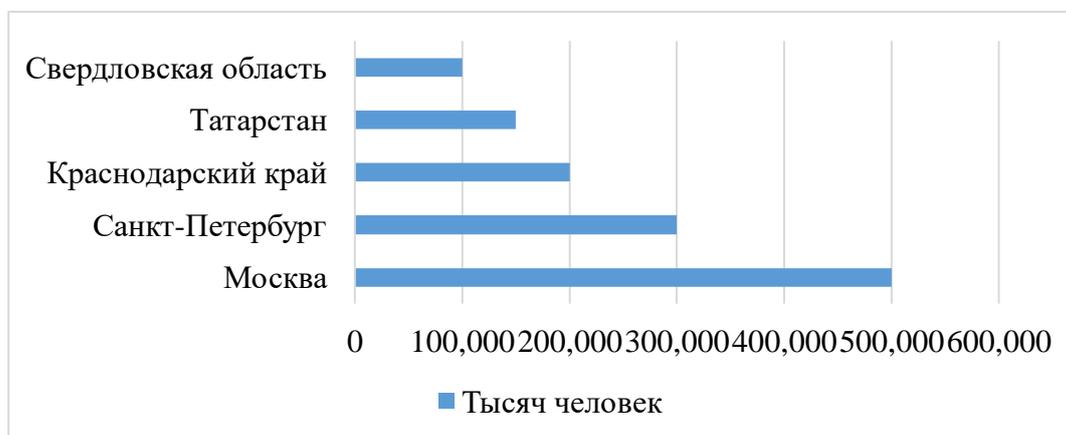


Рис. 2. Количество глухих и слабослышащих взрослых и детей в России по регионам [2].

Эти сведения помогают нам проследить различные уровни распространения проблем слуха в различных регионах России.

Потеря слуха может зависеть от разных факторов. Глухота от рождения или в раннем детстве:

- Глухота может быть вызвана генетическими факторами, внутриутробными инфекциями, травмами или другими причинами.

- Дети с врожденной или ранней потерей слуха могут не развить речь и язык без специального обучения.

Потеря слуха в более позднем возрасте:

- Глухота может быть вызвана травмами, инфекциями, воздействием шума, приемом некоторых лекарств или другими причинами.

- Люди, которые теряют слух в более позднем возрасте, могут испытывать трудности с пониманием речи, общением и социальным взаимодействием.

- Слабослышащие люди – это люди с частичной слуховой недостаточностью.

Снижение слуха от рождения или в раннем детстве:

- Снижение слуха может быть вызвано генетическими факторами, внутриутробными инфекциями, травмами или другими причинами.

- Дети с врожденным или ранним снижением слуха могут испытывать трудности с развитием речи и языка.

Снижение слуха в более позднем возрасте:

- Снижение слуха может быть вызвано травмами, инфекциями, воздействием шума, приемом некоторых лекарств или другими причинами.

- Люди, которые теряют слух в более позднем возрасте, могут испытывать трудности с пониманием речи, общением и социальным взаимодействием.

- Виды инвалидности

Полная глухота:

- Полная глухота означает отсутствие слуха на оба уха.

Частичная глухота:

- Частичная глухота означает снижение слуха на одно или оба уха.

Тугоухость:

– Тугоухость означает снижение слуха, которое не мешает общению и социальной активности.

Формы заболевания. Врожденная глухота:

– Врожденная глухота присутствует с рождения.

– Приобретенная глухота:

– Приобретенная глухота развивается после рождения.

Прогрессирующая глухота:

– Прогрессирующая глухота постепенно ухудшается с течением времени.

– Не прогрессирующая глухота:

– Не прогрессирующая глухота не ухудшается с течением времени.

Туризм для глухих и слабослышащих людей достаточно актуальная тема. Для того, чтобы таким людям было комфортно получать информацию на экскурсиях, было разработано несколько вариантов экскурсий.

Визуальные экскурсии:

– Использование визуальных средств, таких как фотографии, видео, карты и диаграммы, для передачи информации. Во время самостоятельной экскурсии люди могут руководствоваться фотографиями в социальных сетях о данном туристическом объекте, а также смотреть видео.

– Создание интерактивных карт и виртуальных туров, которые позволяют участникам исследовать маршрут в собственном темпе. Интерактивная карта позволяет самостоятельно передвигаться по городу в нужном направлении, чтобы увидеть главные достопримечательности города. Виртуальный тур – одна из разновидностей путешествий, которая позволяет полностью погрузиться в определенный город, в определенную достопримечательность, не выезжая за пределы своего города.

– Использование субтитров и сурдоперевода для обеспечения доступности видео и аудиоматериалов. Для комфортного получения информации недостаточно просто смотреть на видео, особенно нужны субтитры или сурдопереводчик, который на жестовом языке будет рассказывать про город, достопримечательности и т.д. Именно благодаря им, все вышеперечисленные варианты экскурсий будут удобны для глухих и слабослышащих людей.

2. Аудиоэкскурсии:

– Использование аудиогидов, которые предоставляют информацию о маршруте через наушники. Актуальный вид экскурсии для слабослышащих людей с возможностью самостоятельно регулировать звук и самостоятельно изучать достопримечательности города.

– Создание аудиотуров, которые можно загрузить на мобильные устройства и слушать во время экскурсии. В 21 веке есть люди, которым комфортно в одиночку путешествовать. Слабослышащие люди не исключение. Для таких людей есть специальные приложения, благодаря которым можно в полном объеме узнать всю информацию.

3. Интерактивные экскурсии:

– Использование интерактивных технологий, таких как сенсорные экраны, планшеты и смартфоны, для предоставления информации о маршруте. В некоторых музеях присутствует практика с планшетами, в которых загружен экскурсовод – сурдопереводчик, который в интерактивном формате с помощью жестового языка рассказывает о достопримечательности.

– Создание интерактивных игр и викторин, которые позволяют участникам узнать больше о маршруте в увлекательной форме.

– Использование интерактивных карт и путеводителей, которые позволяют участникам выбирать свой собственный маршрут и получать информацию о достопримечательностях.

4. Групповые экскурсии:

– Организация групповых экскурсий для лиц с нарушением слуха с использованием различных форм организации экскурсионных маршрутов.

– Предоставление сурдопереводчиков и других специалистов для сопровождения групповых экскурсий.

– Создание специальных программ и мероприятий для групповых экскурсий, учитывающих особенности лиц с нарушением слуха.

Таким образом, можно сделать вывод, что люди с нарушением слуха уже сейчас могут путешествовать без особых проблем, поскольку современный подход к организации экскурсий с каждым годом прогрессирует.

Список литературы

1. ГОСТ Р 54604-2011. Туристские услуги. Экскурсионные услуги. Общие требования. внесен: техническим комитетом по стандартизации ТК 199 «Туристские услуги и услуги средств размещения» : утвержден и введен в действие: Приказом Федерального агентства по техническому регулированию и метрологии от 8 декабря 2011 г. N 738-ст:введен впервые переиздание: октябрь 2019г. .<https://docs.cntd.ru/document/1200092284>
2. Статистика: количество глухих и слабослышащих взрослых и детей в России на 2023 год. Официальный сайт. – URL: <https://aktosr.ru/chitayut/statistika-kolichestvo-gluhih-i-slaboslyshaschih-vzroslyh-i-detey-v-rossii-na-2023-god>

УДК 338.48

КошкарOVA ЮлиA Александровна,

доцент кафедры теории и истории права и государства,

кандидат культурологии,

ФГКОУ ВПО «Краснодарский университет МВД России»,

г. Краснодара

ОСОБЕННОСТИ ОТРАЖЕНИЯ ТЕМЫ ПУТЕШЕСТВИЙ И ТУРИЗМА В КИНЕМАТОГРАФЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *путешествия, туризм, кинематограф, кинотуризм, социокультурное пространство.*

АННОТАЦИЯ. *Статья посвящена рассмотрению темы путешествий и туризма через призму кинематографа. На основе анализа обширного киноматериала автором осуществлена классификация художественных фильмов, посвященных данной теме. Раскрываются особенности содержания и функции фильмов о туризме.*

Koshkarova Julia Alexandrovna,

Associate Professor of the Department of Theory and History of Law and State,

Candidate of Cultural Studies,

Federal State Educational Institution of Higher Education «Krasnodar University of the Ministry of Internal Affairs of Russia»,

Krasnodar

FEATURES OF REFLECTING THE THEME OF TRAVEL AND TOURISM IN CINEMA

KEYWORDS: *travel, tourism, cinematography, film tourism, socio-cultural space*

ANNOTATION. *The article is devoted to the topic of travel and tourism through the prism of cinema. Based on the analysis of extensive film material, the author has carried out a classification of feature*

films devoted to this topic. The features of the content and functions of films about tourism are revealed.

Кинематограф с момента его появления оказывает огромное влияние на общество. В современных реалиях он является одним из важнейших факторов конструирования социокультурного пространства в глобальном масштабе, является одной из доминант, воздействующих на общественное сознание, формирующих новый тип мышления, открывающих новые возможности восприятия, внедряющих новые образы, социальные стандарты, ценности и цели. Современный кинематограф, с одной стороны, отражает все сферы жизни человека, поднимает наиболее острые проблемы, с другой стороны, позволяет уйти от реальности в мир фантазий и иллюзий, выстроить альтернативный вариант современности или будущего.

Одной из популярных тем в кинематографе до сих пор остается тема путешествий (туризма), позволяющая снимать фильмы в разных жанрах: комедия, мелодрама, триллер, ужас, боевик, детектив, приключения, исторический, драма, фантастика, антиутопия, семейное кино, аниме и т.д., привлекающих, соответственно, все категории кинозрителей.

Все многообразие фильмов, в которых представлена тема путешествий /туризма, условно можно разделить их на несколько категорий:

- 1) фильмы, в которых путешествие / туризм является основой сюжета;
- 2) фильмы, в которых путешествие / туризм представляет собой фон или дополнительную сюжетную линию;
- 3) фильмы, в которых путешествие / туризм является одним из эпизодов, не влияющих на сюжет [2, с. 122-123].

Художественные фильмы, в которых путешествие / туризм является основой сюжета, в свою очередь представлены:

– фильмами о путешествиях/туризме, основанными на реальных событиях («Семен Дежнев» (1984), «В диких условиях» (2007), «Эверест» (2015), «127 часов» (2010), «Тропы» (2013), «Зеленая книга» (2018), «Повелитель ветра» (2023), «Поехавшая» (2023) и т.д.);

– фантастическими фильмами о путешествиях во времени, между мирами, в космосе, в затерянные уголки планеты и т.п. (все экранизации «Кинг-Конга», цикл фильмов «Звездные войны», трилогия «Назад в будущее», «Планета обезьян» (1968 и 2001), «Машина времени» (2002), «И грянул гром» (2005), «Мы из будущего» (2008) и т.д.);

– массовое кино о путешествиях/туризме в разных художественных жанрах («Верные друзья» (1954), «Семь лет в Тибете» (1997), «Пляж» (2000), «Поезд на Дарджилинг. Отчаянные путешественники» (2007), «Ешь, молись, люби» (2010), сериал «Остров ненужных людей» (2012), «Всё включено: Каникулы в Греции» (2012), «Дикая» (2014), «Отмель» (2016), «Убийство в Восточном экспрессе» (2017), «Солнцестояние» (2019) и т.д.);

– фильмами об индустрии гостеприимства («Четыре комнаты» (1995), «Отель «Мериголд». Лучший из экзотических (2011), «Отель Гранд Будапешт» (2014), «Не/смотря ни на что» (2017) и др.).

В кинематографе нашли отражение, практически, все направления развития туризма, однако наибольшее количество кинолент посвящены, как правило, активному, культурно-познавательному и рекреационному видам туризма.

Несмотря на многочисленность и многообразие художественных фильмов о туризме центральные, основные проблемы, поднимаемые в них, носят гуманистический и аксиологический характер.

Так, фильмы, посвященные активному туризму, повествуют о человеке, вышедшем из зоны комфорта, попадающем в незнакомую, иную (природную) среду, а нередко в экстремальные условия, которые испытывают героя фильма на прочность, заставляют преодолевать себя, проявлять стойкость, силу характера, что в конечном итоге способствует его внутреннему росту, душевному исцелению, переосмыслению себя самого и системы

жизненных ценностей («В диких условиях» (2007), «127 часов» (2010), «Дикая» (2014), «Джунгли» (2017), «Отмель» (2016) и т.д.).

В фильмах, сюжет которых выстроен вокруг культурно-познавательного туризма, герои проходят путь осознания и принятия себя через знакомство с иной, контрастной культурой и ее носителями (для западного кинематографа это, как правило, погружение в восточную, африканскую, австралийскую или русскую культуру, для американцев США в качестве «иной» также часто выступает южноевропейская, латиноамериканская, индейская культурная среда), итогом таких киноисторий становится решение психологических проблем героев, устройство их личной жизни, укрепление семейных уз («Ешь, молись, люби» (2010), «Поезд на Дарджилинг. Отчаянные путешественники» (2007), «Отель «Мериголд». Лучший из экзотических» (2011) и т.д.).

Одной из особенностей фильмов о туризме является четкий акцент на угрозах и опасностях путешествий, связанных с объективными факторами, например, природными катаклизмами («Невозможное» (2012) и др.), с субъективными факторами: плохой подготовкой туристов и ошибочными решениями участников, организаторов, проводников («Спуск» (2005), «Руины» (2008), «Эверест» (2015), «Хищники» (2021) и др.), неосмотрительностью, легкомыслием, доверчивостью путешествующих («Форс-мажор» (1998), «Пляж» (2000), «Волчья яма» (2005), «Заложница» (2008), «Идеальный побег» (2009) и т.д.), случайным стечением обстоятельств («Человек, который слишком много знал» (1955), «Афтершок» (2012) и др.), в результате чего заветное путешествие обращается чудовищной реальностью, ставя человека на грань жизни и смерти.

Фильмы о путешествиях (туризме) выполняют целый ряд функций, характерных для кинематографа в целом:

- 1) развлекательно-эскапистскую, позволяющую отвлечься от реальности, снять усталость и негативные эмоции и т.п.;
- 2) информационную, связанную с расширением круга познания в отношении природно-географических объектов, исторических фактов, этнокультурного и конфессионального многообразия стран и регионов;
- 3) диалогическую, обеспечивающую межкультурное взаимодействие;
- 4) идеологическую, обеспечивающую трансляцию нравственных ценностей и моделей поведения, пропагандирующую здоровый образ жизни;
- 5) воспитательную, связанную с формированием установки на стойкое преодоление трудностей волевыми усилиями, привитием любви к ближнему, неприятием асоциальных форм поведения;
- 6) интеграционную, способствующую объединению и окультуриванию народов;
- 7) эстетическую, формирующую любовь к прекрасному.

Среди специфических функций фильмов о путешествиях (туризме) можно выделить также:

- а) компенсаторную, позволяющую «путешествовать» с героем фильма, открывать для себя новые природные и социокультурные локации, при отсутствии такой возможности в реальности;
- б) экологическую, пропагандирующую необходимость бережного отношения к природе;
- в) маркетинговую, способствующую развитию индустрии гостеприимства и продвижению туристских продуктов и т.п.

Отметим, что последняя функция связана с формированием относительно новой перспективной разновидности культурно-познавательного туризма – кинотуризма [1]. Так в 2017 году исследовательское агентство TCI Research обнародовало данные, согласно которым около 80 млн. туристов выбирают место для отпуска по красоте, показанной в фильмах и сериалах. Руководитель TCI Research О. Генри-Биауад отметил, что «Фильмы теперь достигли такого же уровня влияния, как и туристические агентства, предлагая отличные направления

отдыха» [3]. В этом отношении фильмы о туризме и путешествиях имеют широкие перспективы в рамках маркетинга туристских дестинаций.

Список литературы

1. *Киреева, Ю.А.* Объекты киноиндустрии как точка притяжения туристов [Текст] / Ю.А. Киреева // Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства: материалы V Международной научно-практической конференции «Инновационные технологии управления и стратегии территориального развития туризма и сферы гостеприимства» 23 сентября 2022 г., / кол. авторов; под. ред. Е.Е. Коноваловой. – Москва: РНИ РГУТИС, 2022. – С.157-164.
2. *Оришев, А.Б.* Рыболовный туризм в советском кинематографе [Текст] / А.Б. Оришев, В.Н. Тарасенко // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2023. – Т.17. – №3. – С. 120-128.
3. Туристы все чаще выбирают место отдыха по фильмам и сериалам. [Электронный ресурс] / URL: <https://ria.ru/20180421/1519000748.html> (Дата обращения: 13.02.2024).

УДК 394.912

Мельникова Наталья Александровна,

преподаватель профессиональных дисциплин

и модулей по специальности 43.02.16 «Туризм и гостеприимство»

ФКПОУ «Оренбургский государственный экономический колледж-интернат» Минтруда
России

ПРОМЫШЛЕННО-ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ ОРЕНБУРГСКОЙ ОБЛАСТИ: РАЗВИТИЕ И ФОРМИРОВАНИЕ БЛАГОПРИЯТНОЙ ЭКО-СОЦИАЛЬНОЙ СРЕДЫ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *Оренбургский регион, промышленно-деловой туризм, конференции, экскурсии, промышленные объекты, туристские центры.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассмотрены предпосылки развития промышленно-делового туризма и основных его центров, а также взаимосвязанного с ним образовательного туризма как взаимодополняющей системы по формированию единой эко-социальной среды. Дан анализ размещения привлекательных объектов для промышленно-делового туризма в регионе. Проведен социологический опрос по изучению осведомленности и заинтересованности населения по организации и развития промышленно-делового туризма в регионе.*

Melnikova Natalia Alexandrovna,

teacher of professional disciplines

and modules in the specialty 43.02.16 "Tourism and hospitality"

Orenburg State Boarding College of Economics of the Ministry of Labor of the Russian Federation

INDUSTRIAL AND BUSINESS TOURISM OF THE ORENBURG REGION: DEVELOPMENT AND FORMATION OF A FAVORABLE ECO-SOCIAL ENVIRONMENT

KEYWORDS: *Orenburg region, industrial and business tourism, conferences, excursions, industrial facilities, tourist centers.*

ANNOTATION. The article considers the prerequisites for the development of industrial and business tourism and its main centers, as well as educational tourism interconnected with it as a complementary system for the formation of a unified eco-social environment. The analysis of the placement of attractive objects for industrial and business tourism in the region is given. A sociological survey was conducted to study the awareness and interest of the population in the organization and development of industrial and business tourism in the region.

В Федеральном законе «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» и в Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» нет упоминания о промышленном виде туризма [2; 4]. Деловой туризм в России, получил развитие в середине XX века, и это поспособствовало расширению и укреплению экономических и культурных связей между регионами внутри страны, и за рубежом. Некоторые исследователи под промышленным туризмом понимают «организованное посещение действующих предприятий с целью удовлетворения познавательных, профессионально-деловых и прочих потребностей» [1]. Деловой туризм, характеризуют как вид туризма, совершаемый представителями организаций, учреждений, компаний с деловыми (коммерческими) целями. Особенность делового туризма проявляется в его влиянии как в экономической и инновационной сферах, так и культурно-социальной, что делает его одним из самых доходных видов туризма, характеризующийся устойчивостью к воздействию различных факторов: климатических, сезонных, политических и других [2]. По оценкам ЮНВТО (UNWTO – всемирная туристическая организация) доля туристов с деловыми целями в мире составляет около 20%.

В 2018 году на очередном заседании Совета Федерации РФ прозвучали заявления, о том, что «планируется начать развитие промышленного туризма. Это важная для нас задача». И, основным направлением предложено было считать Урал, в частности, Челябинскую область в котором сохранилось много промышленных предприятий – «для каких-то регионов России нужно ввести обязательность развития туризма, в каких-то регионах это будет по желанию местных властей» [5]. В сентябре 2021 года во Владивостоке в рамках Восточного экономического форума вновь поднимался вопрос о развитии промышленного туризма, формировании удобной и единой экосреды с экскурсиями (ознакомительного и образовательного толка) на уникальные промышленные объекты. Было принято решение о создании единой базы всех промышленных предприятий России, желающих проводить у себя деловые и промышленные экскурсии, мастер-классы. Пилотными регионами в развитии промышленного туризма, были выбраны, помимо Челябинской области, Белгородская, Нижегородская, Сахалинская области и Красноярский край [5].

Отметим, что в данный момент в России вопросы развития промышленного и делового туризма находятся в достаточно слабой проработанности: отсутствует грамотное взаимодействие между руководителями регионов, промышленными предприятиями и образовательными организациями в координации совместных усилий по внедрению социально-экономических программ развития промышленно-делового туризма на региональном уровне. В тех странах, где стараются уделить внимание развитию промышленному и деловому туризму, получают новый импульс развитие и другие, жизненно важные отрасли хозяйства.

Промышленный туризм и деловой тесно связан с образовательным туризмом по участию в конгрессах, съездах, творческих мастерских и мастер-классах, семинарах и т. д. Цель у них одна, это обмен опытом, знаниями и получение новой профессионально важной информации. Выделяют виды делового туризма: собственно деловые поездки (командировки), инсентив-туры, конгрессный, выставочный туризм. Проводимые конференции, семинары, ярмарки, выставки и др. способствуют расширению экономического сотрудничества между представителями заинтересованных организаций и подписании контрактов по развитию и укреплению коммуникаций территорий в социально-культурном, научно-исследовательском

и экономическом отношении на региональном и международном уровнях. Взаимодополняющие эти виды туризма требуют высокого уровня квалификации и знаний – создание образовательных программ для молодежи, обучающих курсов для персонала предприятий, внедрение особой корпоративной политики, создание новых видов деятельности, что способно сформировать инновационное значение промышленно-делового туризма [5]. От внедрения инноваций зависит конкурентоспособность туристской сферы и помимо экономического эффекта имеет также и социальную значимость. Сфера туризма, по мнению ряда ученых, является одной из самых инновационных, включающей технологические и социальные достижения.

Мы уверены, что развитие промышленно-делового туризма принесет Оренбургской области дополнительные средства и обеспечит рабочими местами население. Развитие данного направления в регионе является стимулом к развитию малого и среднего бизнеса за счет увеличения инвестиционной привлекательности и имиджа территории, а также будет способствовать решению вопросов кадрового обеспечения экономики региона [2].

Промышленно-деловой туризм в Оренбургской области имеет значительный потенциал для своего развития, поэтому крайне необходима заинтересованность органов государственной власти и туристских агентств в его продвижении. Проведение экскурсий на промышленные объекты – это очень выгодно. Не нужно строить больших отелей, улучшать ландшафтный дизайн. Все что необходимо, это комфортабельный автобус, экскурсовод и непосредственно сам промышленный или производственный объект.

Анализируя размещение промышленных объектов Оренбургской области и имеющиеся выставочные площадки для проведения форумов, конгрессов, и влияние туризма на социально-экономические условия в регионе, нами были выделены три основных центра – «ядра» промышленно-делового туризма на территории области [5] (рис.1).



Рис. 1. «Ядра» – центры промышленно-делового туризма на территории Оренбургской области

Западное «ядро»: западная часть области (с центром промышленно-делового туризма в г. Бузулук) характеризуется значительной плотностью населения, развитой транспортной сетью, высокой степенью промышленной освоенности (высокая концентрация нефтегазового промысла в ряде районов этой зоны – Грачевский, Курманаевский, Сорочинский, Первомайский). Имеются несколько средних учебных заведений, но все-таки наблюдается отток молодежи в Самарский регион имеющий целый ряд высших учебных заведений и в областной центр – г. Оренбург. Проводятся форумы и семинары в области нефтегазовой отрасли и мастер-классы для учащихся колледжей и школ.

Центральное «ядро» с центром областного города Оренбург и Оренбургского района с развитой транспортной и производственной инфраструктурой, наибольшей концентрацией

населения. Здесь расположены основные высшие и средние учебные заведения, филиалы ВУЗов – основные заинтересованные потребители данного вида туризма.

Центром делового и промышленного туризма в Оренбургской области является г. Оренбург как областной центр с достаточным числом средств размещения в черте города (гостиницы, культурно-образовательные и крупные торговые учреждения, пансионаты) с хорошо оборудованными конференц-залами для проведения конгрессного и выставочного туризма.

Это Драматический театр, областной краеведческий музей, ВУЗы города, многофункциональный комплекс «Армада», чьи престижные площадки для проведения мероприятий различного уровня (международных, региональных и т. д.) способны вместить от 20–50 до 1000 человек.

Конгресс-центр «Армады» имеет 6 залов международного уровня для проведения конференций, семинаров, выставок, концертов с оснащением мероприятий профессиональным звуковым и мультимедийным оборудованием. С 2014 года (ежегодно) здесь проходят международный Евразийский экономический форум, другие бизнес-форумы, много-численные научные конференции, симпозиумы и конгрессы, ежегодные агровы-ставки, выставки-ярмарки [1].

Проведенный социологический опрос о заинтересованности населения по организации промышленного туризма, показал, что из 157 опрошенных человек: 95 женщин и 62 мужчин, из них: 82% опрошиваемых – учащиеся учебных заведений, в возрасте от 17 до 22 лет; 14% – работающие, в возрасте от 23 до 35 лет, и 4% – люди пенсионного возраста, хотели бы поучаствовать в промышленных экскурсиях и турах и лично участвовать в производственных циклах предприятиях.

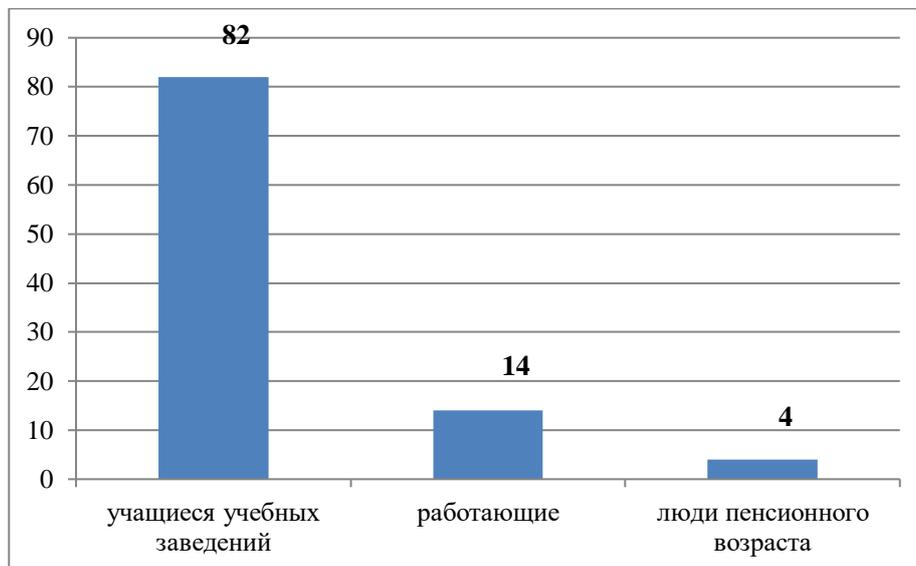


Рис. 2. Заинтересованность населения в организации промышленного туризма

На вопрос, какие промышленные предприятия больше всего интересны в экскурсионном отношении в Оренбургской области: 40 % опрошенных сказали, что хотели бы побывать на газовом и гелиевом заводе, 48 % – указали фабрику пуховых платков, 12 % – другие предприятия, в частности Гайский карьер (месторождение медноколчеданных руд), который находится в восточной части области [1; 5].

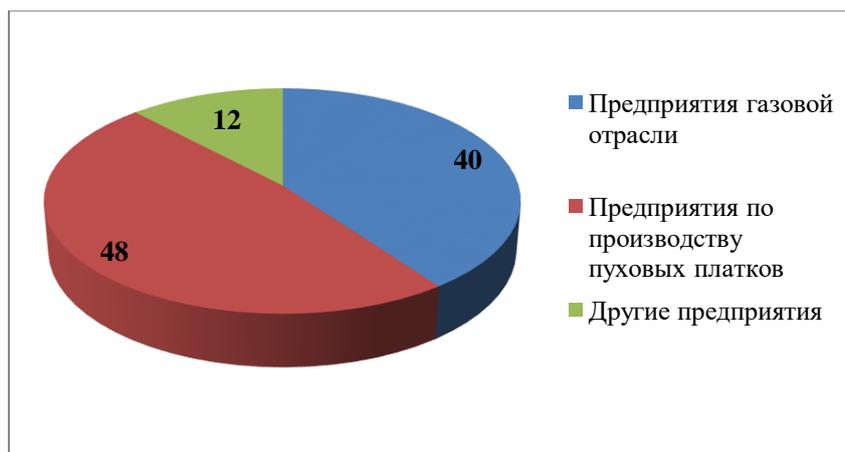


Рис. 3. Заинтересованность респондентов в экскурсиях на предприятиях Оренбургской области

На вопрос об участии в промышленных экскурсиях, 57 % опрошенных ответили положительно (да, участвовали), 36 % – участвовали в промышленных экскурсиях на Черноморском побережье России (посещение винодельческих хозяйств, экскурсии на винные заводы). 7 % опрошенных назвали разные места (как в России, так и за рубежом), такие как предприятие «Сырт» в Оренбургской области, Московская шоколадная фабрика, а также парфюмерные и косметические фабрики, туры в Болгарию и Францию, Германию и Чехию совмещая отдых с традиционным посещением винодельческих хозяйств, гастрономическими экскурсиями и участвующими в проводимых мастер-классах [5] (рис. 4).

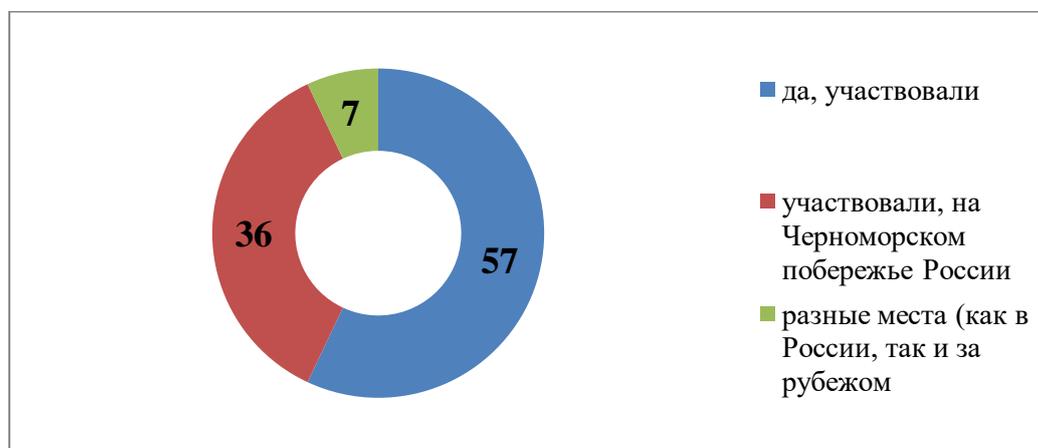


Рис. 4. Участие респондентов в промышленных турах и экскурсиях

Восточное «ядро»: восточная часть области (г.г. Орск, Новотроицк, Медногорск, Гай, Кувандык) отличается концентрацией промышленности и интенсивным животноводством (Адамовский, Ясенский).

Здесь сосредоточены горно-обогатительные металлургические комплексы и горнодобывающие, (Орско-Новотроицкий, Кувандыкско-Медногорский, Гайский-промышленные узлы).

В восточной части области имеются 2 ВУЗа и филиалы, несколько средних учебных заведений.

При проведении учебных полевых практик для студентов и учащихся колледжей, а также при организации экскурсий для школьников на производственные предприятия, повышенный интерес вызывает у них как само месторождение полезных ископаемых (угля, соли и др.), так и процесс их добычи и переработки.

Занимательным для них является одновременное посещение Гайского карьера (месторождения медноколчеданных руд), где разработка месторождений ведется открытым способом и Гайского ГОКа с целью воссоздания полной картины технологических процессов (рис. 5, 6).



Рис. 5. Соляная шахта в Соль Илецке



Рис. 6. Гайский ГОК (центральная часть области) (восточная часть области)

Отсюда следует, что одной из наиболее перспективных целевых аудиторий потребителей промышленного и делового туризма являются студенты вузов, средних учебных заведений, школьники для которых, промышленные экскурсии служат как способ обучения, так и средство получения практических знаний и навыков в ходе посещения конференций, симпозиумов и действующих предприятий, При совмещении проводимых практик и экскурсий с учебными занятиями, выпускники учебных заведений будут являться уже профессионально подготовленными и востребованными специалистами на замещение вакантных должностей на определенном предприятии [5].

Проведенный опрос (123 опрошенных) человека: из них: 76 женщин и 47 мужчин, (73% опрошиваемых – учащиеся учебных заведений, в возрасте от 17 до 22 лет; 27% – работающие, в возрасте от 23 до 35 лет) показал: на вопрос, что их привлекает, что им дает посещение мероприятий (конференций, симпозиумов, мастер-классов и др.) ответили почти поровну: 51 % – способ обучения (получения практических знаний и навыков общения, навыков в работе); 49 % – способ общения (обмен знаниями, налаживание контактов для проведения совместных проектов) (рис. 7).

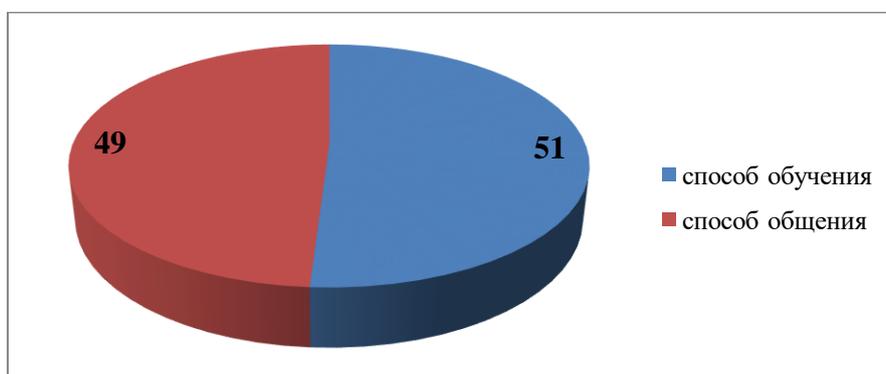


Рис. 7. Участие респондентов в практических мероприятиях

И так, в Оренбургской области есть все составляющие для развития промышленно-делового вида туризма: промышленные предприятия, как действующие, так и временно

недействующие; образовательные учреждения разного уровня, коммуникационные площадки для проведения мероприятий и туроператоры, которые развивали бы этот вид туризма.

В ходе изучения материалов по данной проблематике, было установлено, что проведение семинаров, экскурсий и мастер-классов на промышленных и производственных объектах являются полезно-выгодным решением для всех. Для предприятий – это получение дополнительных инвестиций, успешный рекламный ход «открытости» компании, создание конкуренции между компаниями, что положительно влияет на производство товаров потребления. Динамичное развитие промышленно-делового туризма для руководителей предприятий – это демонстрация прозрачности и честности управления, уверенности перед конкурентами. Для туристов – это возможность получения впечатлений и знаний, способствующих повышению образования и выбору молодыми людьми профессии.

Список литературы

1. В России начнут развивать промышленный туризм // Информационное агентство REGNUM [Электронный ресурс]. – URL: <https://regnum.ru/news/2415756.html>
2. Об основах туристской деятельности в Российской Федерации: Федеральный закон № 132 от 24.11.1996 (с изм. на 25.08.2022) URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/. – (дата обращения: 04.09.2024). – Текст : электронный.
3. Полянина, С.С. Сущность промышленного туризма и его виды / С.С. Полянина, Л.В. Докашенко // Университетский комплекс как региональный центр образования, науки и культуры: материалы Всерос. науч.-метод. конф. (29–31 янв. 2014 г., Оренбург) / М-во образования и науки Рос. Федерации, Федер. гос. бюджет. образоват. учреждение высш. проф. образования «Оренбург. гос. ун-т». – Оренбург, 2014. – С. 1773-1776.
4. Постановление от 5 мая 2018 г. № 872-р «О Федеральной целевой программе «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» // Федеральное агентство по туризму Российской Федерации. Ростуризм. Министерство культуры РФ [Электронный ресурс]. – Режим до-ступа: <https://www.russiatourism.ru/content/2/section/28/detail/28>
5. Чибилёва, В.П. Перспективы развития промышленного туризма в Оренбургской области / В.П. Чибилёва, И.Ю. Филимонова // Экологический туризм: современные векторы развития: коллективная монография / Уральский государственный педагогический университет; под ред. О.Ю. Гурьевских [и др.]. – Екатеринбург, 2022. – С. 200–206. – ISBN 978-5-7186-1986.

УДК 338.467.6

Кудаярова Ленара Анваровна,

студентка магистратуры 3 курса, направление «Менеджмент»,
профиль «Стратегический менеджмент»

Сидорова О.В.,

научный руководитель, к.э.н., доц.

ГБОУ ВО «Башкирская академия государственной службы и управления
при Главе Республики Башкортостан», г. Уфа

ТЕНДЕНЦИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ РЫНКА ТУРИЗМА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: цифровизация, туристический рынок, экосистема, технологические решения, цифровая платформа

АННОТАЦИЯ. В статье рассматриваются перспективные направления цифровизации туристического бизнеса, приводятся основные характеристики цифровой туристической экосистемы с выделением ключевых характеристик данных систем. А также раскрываются направления развития цифровых технологий, обозначенные в Стратегии развития туризма в РФ до 2035 года.

Kudayarova Lenara Anvarovna,

3rd year graduate student, direction «Management»,
profile «Strategic Management»

Sidorova O.B.,

Scientific supervisor, Ph.D. in Economics, Assoc.
Bashkir Academy of Public Administration and Management
under the Head of the Republic of Bashkortostan, Ufa

TRENDS IN THE DIGITAL TRANSFORMATION OF THE MARKET TOURISM

KEYWORDS: *digitalization, tourism market, ecosystem, technological solutions, digital platform*

ANNOTATION. *The article discusses promising areas of digitalization of the tourism business, provides the main characteristics of the digital tourism ecosystem, highlighting the key characteristics of these systems. It also reveals the directions of development of digital technologies outlined in the Strategy for the development of tourism in the Russian Federation until 2035*

По прогнозам, объём мирового рынка туристических технологий к 2027 году может составить \$13 млн. Уже сегодня цифровые сервисы сопровождают туристов на всех этапах поездок – начиная с бронирования путешествий до заселения в отели и обслуживания в номерах [6].

Цифровые технологические решения, используемые в туризме можно подразделить на несколько разновидностей:

- online бронирование туров, билетов, отелей и т.п.;
- сервисы мобильных приложений, созданные для информирования клиентов о местах поездок, а также для бронирования и оплаты услуг;
- анализ предпочтений и поведения клиентов посредством Big Data с целью оптимизации услуг, предлагаемых туристическими фирмами и отелями;
- использование искусственного интеллекта для персонализации сервисов. Например, рекомендации по местам и маршрутам поездок, по отелям, а также с целью автоматизации процессов бронирования и оплаты [2].

Необходимо отметить, что в настоящее время развитие цифровых экономических отношений сопровождается стремительными темпами роста экосистем и цифровых платформ [3].

Экосистемы и цифровые платформы выполняют посреднические функции между потребителями и компаниями, функционирующими на рынке туризма. Идёт формирование виртуального рынка туристических услуг, на котором традиционные методы менеджмента уже недостаточно эффективны или просто не срабатывают. Эффективность работы высокотехнологичных экосистем обусловлена существенным синергетическим эффектом от взаимодействия стейкхолдеров отрасли, а также в более качественном удовлетворении потребностей клиентов на базе предложения им комплексного сервиса на принципах комплементарности.

Социальные сети и мобильные приложения значительно трансформировали процессы взаимодействия туристических фирм с клиентами. Сложилась новая управленческая модель ведения бизнеса – платформенная. Платформенные решения дают возможность пользователям и тур компаниям быть постоянно в контакте, получать необходимую информацию, покупать услуги. Сегодня пользовательские сети, сформированные платформами, во много раз превосходят оффлайновскую аудиторию в аналогичных сегментах туристического рынка. Экосистемы складываются именно вокруг платформ, а не вокруг продуктов.

Механизм функционирования бизнес-моделей на базе платформ кардинально отличается от традиционного, когда ценность услуги (продукта) передается производителем пользователю напрямую. Например, взаимодействие турфирма – клиент. При этом потоки ценности могут разделяться на разные направления в рамках платформенных решений. Специалист туристической компании, например, может не присутствовать в офисе, занимаясь оформлением договора услуг с клиентами, а управлять процессом дистанционно. А конкретный турист имеет возможность выбрать себе тур на платформе, исходя из собственных предпочтений, формируя при этом ценность, соответствующую его индивидуальным запросам.

Определим далее основные характеристики цифровой туристической экосистемы. К ним относятся:

- сбор данных о клиентах, их оценка и анализ, прогнозирование спроса;
- простота и удобство цифровых сервисов для клиентов;
- обратная связь;
- формирование платформы, предполагающее дальнейшее масштабирование бизнеса;
- быстрая адаптивность сервисов в зависимости от изменения клиентских предпочтений.

При этом платформа и её цифровой контент должны включать весь процесс планирования путешествия:

- online поиск истории дестинации, достопримечательностей, культурных событий, местной кухни и т.п. обеспечивает данный этап посредством цифрового контента;
- выбор оптимального варианта сочетания элементов тура в зависимости от пользовательских предпочтений;
- бронирование на платформе будущих туров с механизмом прозрачного ценообразования;
- помощь в планировании туров и при составлении маршрутов, предоставление актуальной информации о доступности объектов показа, туристической безопасности и т.п.;
- возможность оставить отзыв, поделиться впечатлениями в соцсетях и на платформе.

Подобное взаимодействие с клиентами туристической индустрии с максимальным учётом всех этапов планирования путешествия при помощи активного цифрового присутствия помогает формированию доверительного отношения со стороны туриста к конкретной услуге и даёт возможность разработчикам программных решений анализировать тренды online запросов, предпочтения и настроения клиентов, маршруты их передвижений и при помощи данной информации совершенствовать предлагаемые услуги.

Цифровизация рынка туристических услуг, в первую очередь, означает удобство для клиентов. В настоящее время под e-travel в большинстве случаев понимают часть рынка услуг, которые тем или иным образом связаны с путешествиями. В отличие от offline формата здесь присутствуют возможности дистанционного выбора, бронирования, проведения безналичных платежей посредством мобильных приложений или сервисов web-сайтов. E-travel сегодня выступает одним из ключевых драйверов роста отечественного туристического рынка.

В общем удельный вес доступных для online брони («оцифрованных») отелей в РФ увеличился на 75% с 2019 года. В настоящее время цифровизация туристического рынка в России развивается в рамках средних общемировых показателей с разницей около 5% [5].

До пандемии коронавируса доля e-travel на отечественном рынке отелей составляла 37%. При этом 75% приходилось на сегмент Online Travel Agencies (ОТА) или агрегаторов. Необходимо отметить, что рынок был фактически монополизирован европейской компанией Booking.com. Масштабная цифровая трансформация рынка во время пандемии и уход крупнейшего игрока с нашего рынка в 2022 году открыли много новых возможностей участникам тур индустрии. На начало 2023-го удельный вес e-travel составил 47%, а доля ОТА уменьшилась до 53%. Это объясняется тем, что отельеры перешли к системе предложений прямого бронирования мест через собственные сайты [5].

Однако уменьшение доли бронирований посредством ОТА негативно влияет на прибыль отелей. Несмотря на то что, отели, взаимодействуя с ОТА, платят платформам комиссию, агрегаторы в свою очередь обеспечивают дополнительный трафик отелям-партнерам, увеличивая таким образом загрузку номерного фонда и уменьшая маркетинговые издержки. В случае увеличения доли ОТА, отельеры останутся в плюсе, поскольку снижение издержек и рост загруженности номеров нивелирует комиссию.

Сегодня сервисы ОТА соревнуются не столько друг с другом, а в большей степени за внимание клиентов. Таким образом борьба идет не между ними, а за сегменты прямых бронирований, предлагаемых отелями и оффлайном. В настоящее время на рынке продолжается занятие свободных после ухода зарубежных игроков ниш, и в выигрыше останется тот, кто сможет выстроить наиболее эффективную стратегию маркетинга и предложит более удобный продукт.

Договорные отношения между клиентами, туристическими операторами и турагентами в условиях цифровой трансформации отрасли происходят в рамках концепции «электронной путевки», которая предполагает подключение всех сторон, занятых оказанием, реализацией и куплей-продажей туристических услуг к единой информационной системе для их прямого взаимодействия. Этот процесс является «оцифровкой» договорных отношений.

Для сохранения конкурентоспособности, игрокам на рынке туризма необходимы вложения в интеграцию и разработку технологий искусственного интеллекта, также готовность адаптироваться к изменениям потребительских ожиданий и потребностей. Это откроет новые ниши для развития и роста в секторе.

Отметим, что в стратегии развития туризма в РФ до 2035 года одним из важнейших направлений названо развитие цифровых технологий. В качестве ключевых технологических решений в индустрии туризма в данном документе выделены:

- перевод всех в цифровой вид всех государственных услуг, которые связаны с туристическим обслуживанием;
- создание для участников рынка тур индустрии возможности ведения и предоставления установленных форм отчетности в цифровом виде;
- с целью исключения двойной отчетности интеграция государственных информационных систем, связанных с туризмом, применение программных решений для оптимизации взаимодействия с экспертным и бизнес-сообществами в ходе разработки и реализации проектов на рынке туристических услуг.

Одной из главных задач в сфере внутреннего и въездного туризма РФ является создание благоприятной среды для формирования экосистемы туризма, которая интегрировала бы участников рынка в рамках единой online платформы. В этом направлении Правительство РФ выделило:

- централизованное продвижению отечественного туристского продукта и формирование туристского маркетинга РФ;
- для усиления привлекательности туристских сервисов, роста качества и доступности турпродуктов развитие мультязычных сервисов помощи туристам, в том числе локационных сервисов и услуг самообслуживания;
- создание цифровой туристской карты гостя и соответствующего мобильного приложения в регионах и городах РФ;

- обеспечение простой и прозрачной цифровой системы оценки качества туристских сервисов, формирование рейтингов объектов и туруслуг по регионам РФ;
- возможность изучения в online формате историко-культурных и природных объектов, выставок и экспозиций музеев, туристических маршрутов с применением технологий дополненной реальности, визуализации и т.д.;
- с целью привлечения самозанятых лиц в сферу туризма (экскурсоводы, инструкторы, гиды) создание соответствующей электронной площадки;
- создание сервисов видео- и аудио-гидов с возможностью интеграции с GPS-навигацией, мультимедийных приложений для объектов показа, применение QR-кодов для формирования запросов [1].

Необходимо отметить, что несмотря на все положительные стороны цифровизации сферы туризма, очень важно не забывать о проблемах, связанных с защитой персональных данных клиентов и кибербезопасностью в цифровой среде [4]. Участники туристического рынка обязаны обеспечить надежный уровень сохранности информации о своих клиентах, чтобы сохранить доверие с их стороны.

Список литературы

1. *Вишневецкая Е. В.* Влияние цифровых технологий на развитие туристского рынка // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. –Т. 5, № 4, 2019, с. 12-24.
2. *Сидорова О.В.* Цифровая трансформация рынков финансовых технологий: тенденции и особенности // Экономика и управление: научно-практический журнал. 2021. № 5 (161). С. 121-124.
3. *Сидорова О.В.* Тренды и перспективы финтех-инноваций // Экономика и управление: научно-практический журнал. – 2023.– № 5 (173). – С. 21-25.
4. Стратегические ориентиры управления экономической безопасностью: коллективная монография / отв. ред. З.Э. Сабирова, О.В. Сидорова. – Уфа : Мир печати, 2023. – 322 с.
5. Цифровизация отелей в России: что ждет e-travel в ближайшие годы [Электронный ресурс]. – URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64da4ab99a794783b12c6f7f?from=copy> (дата обращения: 02.07.2024).
6. Цифровые тренды в туризме [Электронный ресурс]. – URL: <https://rb.ru/opinion/e-trendy-tur/?ysclid=lygtugi783660270219> (дата обращения: 12.07.2024).

УДК 338.2

Кузнецов Тимофей Викторович,

магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент

профиль «Управление проектами»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Лукьянова Елена Юрьевна,

SPIN-код: 6082-6078

кандидат экономических наук,

доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

АВТОМАТИЗАЦИЯ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИИ В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *менеджмент, бизнес-моделирование, автоматизация, образовательный услуги, предприятие.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматривается важный вопрос применения автоматизации для бизнес-моделирования в сфере образовательных услуг. Предлагается применения ИТ-технологий. Раскрываются преимущества использования комплекса программ Bizagi.*

Kuznetsov Timofey Viktorovich,

2nd year undergraduate, direction 38.04.02 Management
profile «Project Management»
Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

AUTOMATION OF BUSINESS MODELING AT AN ENTERPRISE IN THE FIELD OF EDUCATIONAL SERVICES

KEYWORDS: *management, business modeling, automation, educational services, enterprise*

ANNOTATION. *The article deals with the important issue of the application of automation for business modeling in the field of educational services. It is suggested to use IT technologies. The advantages of using the Bizagi software package are disclosed*

На первый взгляд бизнес и государственная школа – понятия несовместимые, но определение бизнес-процесса выходит далеко за рамки общепринятого понятия «бизнес». В данной статье подразумевается использование средств моделирования для оптимизации работы школы, направленное на достижение более высоких результатов в образовании и снижение нагрузки учителей и администрации школы.

Бизнес-моделирование представляет собой процесс разработки и внедрения различных стратегий, бизнес-процессов, организационных структур, и др. с целью формализации и оптимизации её деятельности, то есть внедрения бизнес-моделей.

Бизнес-модель – это формализованное описание определенного аспекта или сферы деятельности организации. Она может быть представлена в графическом, текстовом, табличном видах, но наиболее распространен комбинированный вид, для создания которого используются специальные программные комплексы.

На сегодняшний день существует огромное количество программных комплексов, позволяющих моделировать бизнес-процессы. Каждый комплекс рассчитан на решение различных задач в той или иной сфере и весьма непросто разобраться, какой комплекс нужно использовать для моделирования бизнес-процессов общеобразовательных школ.

В выборе программного комплекса следует руководствоваться следующими критериями:

- соответствие стандарту качества ISO 9001 : 2015;
- использование типа описания процессов BPMN 2.0 – Business Process Model and Notation;
- возможность интеграции с другими программными комплексами управлению предприятием;
- лёгкость использования, доступность, наглядность;
- симуляцию смоделированной системы / опору при внедрении;

- сопровождение при реализации / ходе / исполнении бизнес-процессов;
- возможность анализа и наличие базы для принятия решений.

Также стоит учитывать особенности общеобразовательной школы с точки зрения моделирования бизнес-процессов.

Следует рассмотреть это более подробно:

1. Картирование процессов включает в себя определение и визуальное представление последовательности действий и взаимодействий в рамках различных школьных процессов, таких как прием, зачисление, планирование занятий, выставление оценок и отчетность. Оно помогает понять поток задач, точки принятия решений и участие различных заинтересованных сторон.

2. Автоматизация рабочих процессов предполагает, что внедрение инструментов автоматизации рабочих процессов может упростить и оптимизировать повторяющиеся и ручные задачи в школьных процессах. Например, автоматизация процесса утверждения заявок на отпуск или создание табелей успеваемости учащихся на основе заранее определенных критериев может сэкономить время и уменьшить количество ошибок.

3. Интеграция моделей бизнес-процессов с существующими информационными системами, такими как информационная система студентов или система управления обучением, обеспечивает беспрепятственный обмен данными и исключает дублирование ввода данных. Такая интеграция обеспечивает точность, последовательность и эффективный поток информации во всех школьных процессах.

4. Моделирование бизнес-процессов должно включать сотрудничество с заинтересованными сторонами, включая учителей, администраторов, родителей и учащихся. Сбор их мнений и отзывов помогает усовершенствовать модели, чтобы они точно отражали реальные сценарии и требования.

5. Измерение производительности подразумевает включение показателей и показателей производительности в модели бизнес-процессов и позволяет отслеживать и оценивать эффективность и результативность процессов. Например, отслеживание времени, затраченного на выполнение конкретных задач, или количества жалоб учащихся может помочь выявить узкие места и области, требующие улучшения.

6. Моделирование бизнес-процессов должно сопровождаться стратегиями управления изменениями, чтобы обеспечить плавный переход и принятие новых процессов. Это включает в себя общение, обучение и оказание поддержки сотрудникам и заинтересованным сторонам в адаптации к предлагаемым изменениям.

7. Модели бизнес-процессов следует рассматривать как динамичные и подлежащие постоянному совершенствованию. Регулярная оценка и анализ моделей в свете меняющихся потребностей и обратной связи помогает определить области для улучшения и адаптации к меняющимся требованиям.

Учитывая эти особенности, моделирование бизнес-процессов в школе может привести к повышению эффективности, улучшению коммуникации и сотрудничества, более эффективному принятию решений и общей оптимизации операций.

Следует рассмотреть варианты конкретных программных комплексов. К сожалению, на данный момент выбор ограничен, поскольку многие компании не продают свои продукты на территории Российской Федерации.

Комплекс программ Bizagi состоит из трёх частей: Bizagi Modeler, Bizagi Studio и Bizagi Engine. Modeler – это бесплатный и удобный инструмент моделирования процессов, предлагающий полный набор функций для визуализации бизнес-процессов. С помощью Bizagi Modeler можно создавать диаграммы процессов с использованием стандартов BPMN 2.0 (модель и нотация бизнес-процессов), что обеспечивает четкое и последовательное представление процессов школы. Bizagi Modeler также поддерживает документирование процессов, моделирование и анализ, что позволяет выявлять узкие места, неэффективность и потенциальные улучшения в бизнес-процессах школы. Он хорошо интегрируется с другими

пакетами корпоративного программного обеспечения, что делает его подходящим для крупных школ со сложными требованиями к процессам.

Modeler предназначен только для моделирования бизнес-процессов. То есть если вам необходим только дизайн бизнес-процесса, этого модуля будет достаточно. Если же необходимо не только моделировать, но и разрабатывать и исполнять бизнес-процессы, понадобится модуль Studio, в котором есть свой моделер бизнес-процессов (графическая интерпретация приведена на рисунке 1).

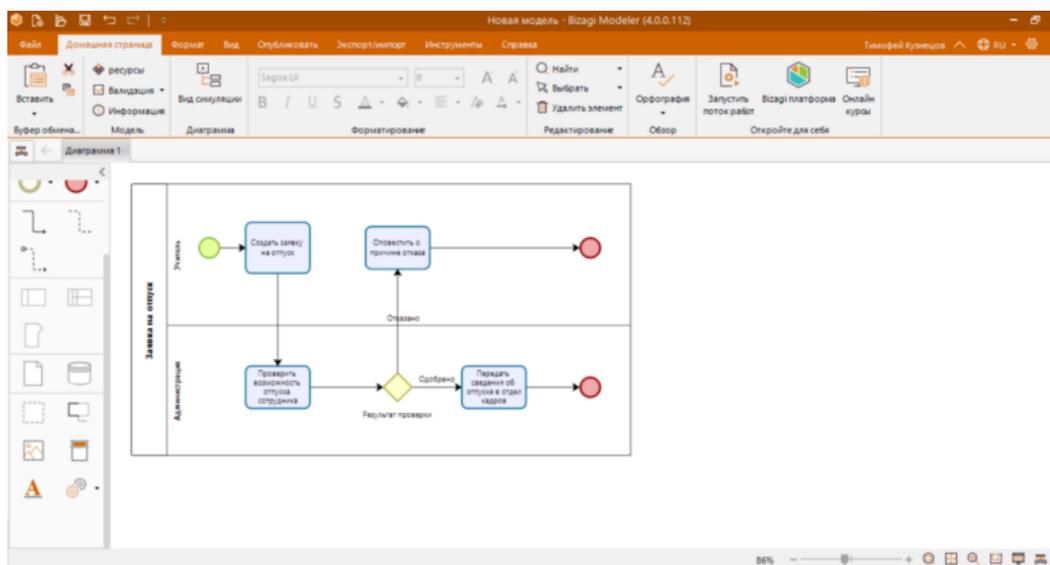


Рис. 1. Графическая интерпретация фрагмента бизнес-процесса с помощью Bizagi Modeler

Modeler и Studio бесплатны. В базовый пакет Studio включены до 20 тестовых пользователей. Engine – это среда исполнения, которая позволяет пользователям заходить в систему и работать в ней, выполняя определенные бизнес-процессы. Лицензии Engine платные. Бесплатен только тестовый режим. Engine предполагает пошаговое исполнение разработанного бизнес-процесса с учетом всех прописанных в Studio условий. Без этого модуля невозможно полноценно работать в системе и исполнять прописанные бизнес-процессы.

Теперь подробнее о расходах на реализацию. На официальном сайте программы предлагается обучение работе с программой за 60000 тыс. р. Для создания бизнес-процесса, скорее всего, придётся привлечь бизнес-аналитика. С приобретением полной версии Engine на территории Российской Федерации возникнут сложности, так что придётся использовать бесплатные версии Modeler и Studio.

После введения ограничений в работе полной версии программы, стали появляться российские аналоги (например, Comindware), но они изначально платные (от 1499000 рублей). Функционал предлагается такой же, как и в предыдущей рассматриваемой программе, поэтому отдельно программный комплекс не рассматривается.

Стоимость внедрения модели бизнес-процесса может быть скомпенсирована за счёт уменьшения нагрузки на сотрудников и повышения образовательных результатов. Как следствие, – приток большего числа абитуриентов, получение городских грантов.

В школу, в которой любой процесс автоматизирован, учителя и учащиеся пойдут с гораздо большим желанием. Ведь это не только удобство и оперативность решения любого вопроса, но и рационализация всех учебных процессов, работа и учёба с максимально полезным распределением времени. Хотя на сегодняшний день школы не занимаются моделированием своих бизнес-процессов, но за школами, которые первые решатся на этот шаг – будущее.

Список литературы

1. *Абакумова, И.В.* Обучение и смысл: смыслообразование в учебном процессе (Психолого-дидактический подход). Ростов н/Д: Изд-во Рост. ун-та, 2003. – С. 262.
2. *Бондырева, С.К.* Психолого-педагогические проблемы интегрирования образовательного пространства: Избранные труды. – М.: Изд-во Московского психолого-социального института; Воронеж: Издательство НПО «МОДЭК», 2003. – С. 26.
3. *Гура, В.В.* Теоретические основы педагогического проектирования личностно-ориентированных образовательных ресурсов и сред. – Ростов-на-Дону, Изд-во ЮФУ, 2007. – С. 52.
4. *Дегтярева, Т.С.* Иностранный язык как фактор становления поликультурного личностно развивающего образовательного пространства вуза: Автореф. дисс. канд. пед. наук. – Ростов-на-Дону, 2010. – 23 с.
5. *Симаева, И.Н.* Инклюзивное образовательное пространство / И.Н. Симаева, В.В. Хитрюк // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. – 2014. – №5. – С. 31 – 39. EDN SDMOCF

УДК 378.016

Лешкевич Сергей Анатольевич,

доцент кафедры «Физвоспитание и спорт»

ФГАОУ ВО «Севастопольский Государственный Университет»,

г. Севастополь, Российская Федерация

НАПРАВЛЕНИЯ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ И СЕВАСТОПОЛЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *виды туризма, Крымский полуостров, турист, маршрут, экономический потенциал.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлена специфика и перспектива развития различных направлений туризма на Крымском полуострове. Сущность туризма по Крыму и г. Севастополе в том, что он сочетает в себе различные сферы, формирует региональный вектор для людей любых возрастных и ценовых категорий. Особое внимание уделено развитию видам туризма: пеший туризм, автотуризм, водный и подводный (дайвинг), религиозный, историко-археологический, исторический, этнографический и образовательный. В настоящее время туризм на Крымском полуострове представляет собой быстро развивающийся сектор экономики России с перспективами дальнейшего роста.*

Leshkevich Sergey Anatolyevich,

Associate Professor of the Department of Physical Education and Sports

Sevastopol State University,

Sevastopol, Russian Federation

DIRECTIONS AND PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE REPUBLIC OF CRIMEA AND SEVASTOPOL

KEYWORDS: *types of tourism, Crimean Peninsula, tourist, route, economic potential.*

ANNOTATION. The article presents the specifics and prospects for the development of various tourism destinations on the Crimean Peninsula. The essence of tourism in Crimea and Sevastopol is that it combines various spheres, forms a regional vector for people of all age and price categories. Special attention is paid to the development of types of tourism: hiking, auto tourism, water and underwater (diving), religious, historical and archaeological, historical, ethnographic and educational. Tourism on the Crimean Peninsula is currently a rapidly developing sector of the Russian economy with prospects for further growth.

Туризм является одной из важнейших отраслей экономики, способствующей развитию регионов и привлечению инвестиций. Крым, как популярное туристическое направление на Черноморском побережье, имеет огромный потенциал для дальнейшего развития своих туристических направлений [1].

Культурно-Исторический туризм в Крыму является одним из наиболее популярных направлений в регионе. Небольшая территория полуострова хранит в себе богатую историю: от доисторических поселений до нашего времени. Республика Крым на текущий момент насчитывает «218 объектов культурного наследия федерального значения, 1795 памятников регионального значения, 319 выявленных объектов и 2186 выявленных объектов археологического наследия» [3].

За последние десятилетия наблюдается большой скачок социального и экономического подъема, отмечается усиленное внимание к реставрации культурных зданий, модернизации территорий Крымского полуострова, что способствует развитию новых туристических направлений. Но недостаточное количество исследований является причиной малоразвитости некоторых из сфер.

Цель данной статьи: рассмотрение актуальных туристических направлений и перспектив их развития на территории Крымского полуострова.

Среди основных направлений можно выделить: курортный и пляжный отдых, культурно-исторический, оздоровительный, образовательный, сельский туризм. В совокупности они предоставляют широкий выбор возможностей для отдыха и развлечения, как для местных жителей, так и для приезжих туристов [7].

Нужно отметить, что большая часть объектов культурного наследия в нашей стране сосредоточена в городах или ближайших пригородах, что способствует развитию туристской инфраструктуры и облегчает размещение и обслуживание туристов.

В Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 г. отмечается: «Значительная часть малых городов Российской Федерации является средоточием уникальных памятников культурного и природного наследия, центрами культурно-познавательного туризма» [6].

В настоящее время активно развивается музейная сеть Крыма, хранящая многочисленные памятники культурного наследия, что закономерно способствует повышению интереса к ней со стороны туристов. В частности, в 2024 г. посещаемость музейных учреждений возросла на 25% в сравнении с предшествующим годом.

Такая положительная динамика связана не только с планомерной и слаженной работой по укреплению материально-технической базы музейных учреждений, внедрению новых методов и современных практик обслуживания посетителей, но и с увеличением и модернизацией экспозиций, включением в экскурсионные маршруты новых объектов [5].

Особое внимание туристов привлекают древние города Крымского полуострова. Среди них особое место занимают Херсонес Таврический и Пантикапей, находящийся на территории в Севастополе. Не стоит забывать о доисторических сооружениях – мегалитах (дольмены, менгиры, кромлехи, курганы, сейды, петроглифы).

Культурно-исторический туризм в Крыму включает и элементы крымскотатарской архитектуры в Бахчисарае с турецкими и восточными мотивами.

Помимо этого, на полуострове популярен военно-исторический туризм. На данный момент он является важнейшим фактором в патриотическом воспитании молодого поколения, поэтому необходима его модернизация: сделать такой вид отдыха более интерактивным и привлекательным для молодежи [2].

Развитие культурно-исторического туризма на Крымском полуострове имеет большие перспективы. Правительство активно поддерживает сохранение и реставрацию архитектурных памятников, в особенности в Севастополе, а также развитие инфраструктуры для местных туристов. Одним из приоритетных направлений развития является использование современных технологий в историческом туризме.

Создание виртуальных экскурсий, использование аудио-гидов и интерактивных медиа-устройств помогают познавательно и увлекательно рассказать о богатой истории [2].

Не менее актуальны направления природного и активного туризма: пеший туризм, кемпинг и походы, дайвинг, велосипедный и т.д.

На данный момент в Крыму доступно 69 пеших маршрутов, большинство которых малоизвестны. Преимущественно туристы выбирают маршруты Большой Севастопольской тропы и Римскую тропу. Также популярна тропа Голицина на южной берегу Крыма. Но в последние годы набирает популярность тропа, ведущая к пляжу «Баунти», мыс Фиолент. Она не благоустроена, что привлекает туристов, но повышает риски травм и несчастных случаев.

Стоит отметить, что на Крымском полуострове наблюдается дефицит велосипедных маршрутов, поэтому на проезжей части часто наблюдаются любители-велосипедисты. Хотя во многих парках полуострова уже установлены отдельные велодорожки, но не хватает отдельных облагороженных загородных маршрутов на подобии пеших троп с пунктами, где можно взять велосипеды напрокат.

Более известным аспектом природного туризма в Крыму являются пляжный туризм. Береговая линия Крыма протяженностью более 2500 километров предлагает посетителям широкий выбор пляжей, начиная от живописных уединенных бухт до оживленных курортных зон. Один из самых популярных видов активного отдыха в Крыму – это водные виды спорта. Серфинг, сапсерфинг, парусный спорт и дайвинг доступны каждому на берегах Черного моря. Множество школ и клубов предлагают обучение навыкам как начинающим, так и совершенствование более опытным спортсменам [3].

Образовательный туризм в Крыму представляет собой сочетание уникального исторического, культурного и природного наследия делает Крым привлекательным местом для проведения образовательных программ. Помимо этого, образовательный туризм не зависит от сезонности, так как актуален круглый год, что хорошо сказывается на экономике.

Работа Академии Меганом, проводящей различные образовательные программы, дала новую туристическую базу для города Судак. На основе данного примера можно утверждать, что развитие образовательного туризма в Крыму имеет значительные перспективы. Создание специализированных программ по разным направлениям может привлечь больше студентов и ученых в регион. Развитие этого направления будет способствовать не только туристической индустрии, но и научной сфере региона, привлекать будущих специалистов [1].

Оздоровительный туризм и санаторно-курортное лечение на полуострове происходит за счет благоприятного микроклимата, который оказывает положительное воздействие на дыхательную и сердечно-сосудистую системы и является одним из главных факторов, делающих Крым привлекательным для оздоровительного туризма. Поэтому всегда были и будут актуальны санатории с программами оздоровления. Особую популярность набирают организации по оздоровительному отдыху на южном берегу Крыма [2].

Однако, для полной реализации потенциала региона необходимы инвестиции в туристическую инфраструктуру, маркетинговые кампании, а также улучшение качества предоставляемых услуг. С учетом всех этих факторов, Крым может стать важным игроком на рынке оздоровительного туризма

Выводы. В Республике Крым и г. Севастополь, возникла острая необходимость создания специальных платформ по взаимодействию власти и бизнеса, внедрения механизмов межотраслевой координации между туристскими ведомствами и субъектами отрасли культуры, спорта и просвещения, для развития целостной доступной среды проживания и отдыха.

С учетом изменяющихся требований современного туриста становится ясно, что в Крымском регионе должны внедряться новые технологии для улучшения качества туристических услуг, а также развивать новые формы и виды отдыха. Это позволит привлечь еще больший туристический поток из разных уголков мира и укрепить свое положение на международном уровне.

Список литературы

1. Болкунов, И. А. Развитие туризма в Крыму. Анализ актуальных угроз и путей их снижения / И. А. Болкунов // Таврический научный обозреватель. – 2016. – № 3(8). – С. 7-12.
2. Зуева, Е. С. Проблемы и перспективы развития туризма в Крыму / Е. С. Зуева // Туризм и сервис в России: проблемы и перспективы развития : Студенческая научно-практическая конференция, Черкизово, 30 марта 2015 года. – Черкизово: Российский государственный университет туризма и сервиса, 2015. – С. 34-35.
3. Ибрагимов, Э.Э. Культурно-познавательный туризм как направление использования и охраны культурного наследия Республики Крым / Э.Э. Ибрагимов, В.С. Анохин // Russian Studies in Culture and Society. – 2023. – Т. 7. – № 2. – С. 52-66.
4. Мартьянова, Е. Г. Современное состояние, проблемы и перспективы развития культурного туризма в Республике Крым / Е. Г. Мартьянова, Е. Н. Чеснова // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации : Сборник трудов VIII Всероссийской (с международным участием) научной конференции, Севастополь, 01–02 ноября 2023 года / Отв. редактор Д.В. Смирнов. – Москва: Издательство «Перо», 2023. – С. 158-162.
5. Новосельская, В.В. Возможности и правовые основания актуализации культурного наследия как ресурса туристической отрасли Крыма / В.В. Новосельская // Вестн. Том. гос. ун-та. Культурология и искусствоведение. – 2021. – № 42. – Текст: электронный // URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/vozmozhnosti-i-pravovye-osnovaniya-aktualizatsii-kulturnogo-naslediya-kak-resursa-turistskoj-otrasli-kryma> (дата обращения: 06.09.2024).
6. Стратегия государственной культурной политики на период до 2030 года (утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 29 февраля 2016 г. № 326-р.). URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194820/f6adfd17b3f90275dca3f42b5bb42c920d74f0a5/ (дата обращения: 06.09.2024).
7. Шарова, И. С. Развитие туризма в Республике Крым / И. С. Шарова, Д. Ф. Туляков, И. Н. Шведова // Туризм и рекреация: инновации и ГИС-технологии: материалы XI Международной научно-практической конференции, Астрахань, 24–25 мая 2019 года. – Астрахань: ООО «Типография «Новая Линия», 2019. – С. 94-97.

УДК 338.48

Львова Ирина Александровна,

бакалавр 3 курса, направление «Педагогическое образование»,
профиль «Биология и География»

Беркасова Лариса Васильевна,

научный руководитель, старший преподаватель,
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина», Рязань

ПРИРОДНО-РЕКРЕАЦИОННЫЕ РЕСУРСЫ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *Воронежская область, река Дон, регион, туризм, ресурсы, климат, рельеф, почвы, растительность*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассматриваются природно-рекреационные ресурсы Воронежской области. В работе представлены наиболее значимые ресурсы региона, которые оказывают непосредственное воздействие на развитие туристической сферы.*

Lvova Irina Alexandrovna,

Bachelor of the 3rd year, direction "Pedagogical education",
profile "Biology and Geography"

Berksova Larisa Vasilyevna,

scientific supervisor, senior lecturer,
Ryazan State
University named after S.A. Yesenin, Ryazan

NATURAL AND RECREATIONAL RESOURCES OF THE VORONEZH REGION

KEYWORDS: *Voronezh region, Don River, region, tourism, resources, climate, relief, soils, vegetation.*

ANNOTATION. *This article discusses the natural and recreational resources of the Voronezh region. The paper presents the most significant resources of the region, which have a direct impact on the development of the tourism sector.*

Физико-географическое положение, водные и лесные ресурсы, а также климат и рельеф являются неотъемлемой составляющей любого региона, что, в свою очередь, оказывает непосредственное влияние на туристическую направленность области, края, республики. Природно-рекреационные ресурсы могут как положительно влиять на развитие туризма, так и наоборот, тормозить его. Воронежская область, как один из регионов России, обладает богатейшими природно-рекреационными ресурсами.

Воронежская область располагается в центральной части европейской России, в центре Восточно-Европейской равнины, в бассейне реки Дон. Область является крупнейшей в Центрально-Чернозёмном макрорегионе, её площадь составляет 52,2 тысячи квадратных километров. Рельеф области преимущественно равнинный, с небольшими колебаниями высот.

В западной части области находится Среднерусская возвышенность, высота которой достигает 220–260 метров. Эта территория покрыта густой овражно-балочной сетью, образованной мощными пластами мела. Именно здесь находятся меловые обрывы вдоль правого берега Дона, известные как Донское Белогорье.

Меловые породы легко разрушаются под воздействием внешних факторов, поэтому Воронежская область занимает четвёртое место в мире по количеству искусственных пещер (около 50). Большинство из них заброшены, но раньше в них располагались пещерные храмы, некоторые из которых сейчас восстанавливаются.

Восточная часть региона граничит с Окско-Донской равниной, максимальная высота которой составляет 178 метров, и Калачской возвышенностью, достигающей 234 метров над уровнем моря. На Калачской возвышенности расположена Калачеевская пещера, самая длинная в Воронежской области. Её общая протяжённость составляет около одного километра. Пещера находится на восточном склоне крупного мелового останца на правом берегу реки Толучеевки (левого притока Дона) в пределах города Калач.

Следует отметить урочище «Кривогорье», занимающее площадь более 15 гектаров и расположенное по берегам Дона. Левый берег здесь пологий и покрыт кустарниками, а правый – высокий и крутой, с песчаником и деревьями. Правый берег возвышается над рекой на 50–60 метров под углом 70–80 градусов. Кроме того, в этом месте русло Дона изгибается почти на 180 градусов, образуя форму подковы.

Разнообразные формы рельефа, пещеры, крутые обрывы и меловые останцы привлекают огромное количество туристов. Здесь открывается множество возможностей для познавательного и религиозного туризма и даже скалолазания [4].

Воронежская область находится в умеренном климатическом поясе, в области умеренно-континентального климата. Важную роль в формировании климата играют ветры преимущественно западного направления, частота проникновения которых в течение года значительно превосходит все остальные. Здесь часто можно заметить ветры, скорость которых может быть более 25 м/с. Помимо этого, возможно образование суховеев, которые в свою очередь образуют знойные пыльные бури. Северная часть Воронежской области расположена в лесостепной зоне, южная – в зоне степей. Зима в регионе мягкая, со стабильным снежным покровом. Температура января колеблется от -8 до -10 градусов, в это время преобладает пасмурная морозная погода, которая иногда сменяется оттепелями. Лето тёплое, средняя температура июля составляет +19–21 градус, погода сухая и ясная. Годовое количество осадков составляет от 450 до 550 миллиметров, примерно 65% из них выпадает с апреля по октябрь. Несмотря на некоторые аспекты, подобные условия благоприятно влияют на жизнь и деятельность как коренных жителей, так и туристов, давая возможность посещать регион в любое время года. Но стоит избегать длительные периоды засушливой и жаркой погоды, так как совокупность этих условий способствует формированию пыльных бурь, что может помешать туристам полноценно насладиться своим путешествием [1].

Несмотря на то, что Воронежская область находится в районе с недостаточным увлажнением, и некоторые водоемы с течением времени высохли и превратились в суходольные луга, данная территория обладает огромным количеством гидрологических ресурсов. Так, например, в регионе насчитывается более 829 рек, которые относятся к бассейну реки Дон – самой главной и большой реки. Ширина Дона 40 м – 80 м, глубина может достигать 3 – 5 м. По площади водосборного бассейна среди европейских рек он находится на четвёртом месте. Помимо этого, река имеет множество притоков, среди которых самыми длинными являются Икорец (97 км) с Берёзовкой (87 км), Девица (89 км) и Чигла (75 км). Дон используется как для судоходства и выработки электроэнергии, так для туристических маршрутов, водных круизов и сплава.

Также в Воронежской области находится 730 озёр, они в основном пойменные и располагаются в пойме рек Дона и Воронежа (Кременчуг, Круглое). Вместе с тем, встречаются и заболоченные территории, но их площадь не велика. Самым крупным искусственным водоемом, полностью расположенным в границах одного города, является Воронежское водохранилище. Оно было создано для обеспечения водой крупных промышленных городских предприятий. Сейчас это достаточно популярное место для проведения досуга горожан, но купание в нём не рекомендуется из-за экологических проблем.

Кроме того, Воронежская область богата минеральными водами и торфяными гязями, которые оказывают на организм человека лечебное воздействие. Есть уникальные бромные воды «Белая горка», которые находятся в Богучарском районе и не имеют аналогов в других регионах. Также здесь встречаются йодо-бромные, хлоридные натриевые, радоновые воды вскрыты скважинами в окрестностях города Лиски [3].

Для туристов есть большой выбор пляжей, рыболовных и живописных мест. Также водные ресурсы способствуют развитию активного туризма, например, сплава по рекам, катания на катамаранах и водных лыжах. Кроме того, поблизости от минеральных вод и лечебных гязей находится множество санаториев, которые используют эти природные ресурсы для оздоровительного туризма.

Главным природным богатством Воронежской области являются плодородные черноземные почвы, которые занимают около 80% всей территории региона. Черноземы – это мощные почвы, перегнойный горизонт которых достигает 100-120 см. Благодаря этому, в Воронежской области возделываются различные сельскохозяйственные культуры: зерновые, подсолнечник, сахарная свекла, а также разбиты множество фруктовых и ягодных садов. Многие туристы стремятся в данный регион, чтобы попробовать овощи и фрукты, выращенные в естественных, а не тепличных условиях. Кроме того, в регионе есть Воронежский государственный аграрный университет имени императора Петра I. Данное учебное заведение готовит специалистов агроинженерии, агрономии, агрохимии, агропочвоведения. Все это нужно для того, чтобы полностью раскрыть природный потенциал Черноземья и рационально использовать почву. Любой желающий может получить много новой и интересной информации путем посещения научных конференций, которые проходят как очно, так и в онлайн формате.

Также около 10% территории Воронежской области покрыто лесами, преобладающими же являются широколиственные леса: дуб, ясень, клен, липа, на левобережных песчаных террасах – сосновые боры. Чтобы сохранить немногочисленные лесные массивы и естественные природные ландшафты, был создан заповедник Усманский бор, Воронежский и Хопёрский заповедники, Шипов лес, Теллермановская роща, Хреновский бор и Хреновская степь, Дивногорье, Хрипунская степь и Каменная степь.

Самым крупным является Воронежский заповедник, площадь которого составляет 31 тыс. гектаров, и он занимает территорию Воронежской и Липецкой областей. Большую его часть составляет Усманский бор – реликтовый лес, образец природного разнообразия среднерусской лесостепи. Здесь обитают 217 видов птиц, более 60 видов животных и более 1000 видов растений. Многие из них занесены в Красную книгу России.

Дюнные всхолмления – уникальный природный памятник, также известный как Донская Сахара. Это опустыненная местность, покрытая светлыми мелкими песками, образующими барханы, где изредка встречаются небольшие деревья. Существует две версии происхождения пустыни: одни специалисты считают, что песок принёс юго-западный сухой ветер «афганец» из Калмыкии, другие утверждают, что пески имеют местное происхождение.

Площадь пустыни составляет около 197 гектаров, её протяжённость с севера на юг – 4,5 километра, а с запада на восток – от 1,2 до 1,4 километра. Некоторые дюны достигают высоты трёх метров. В некоторых местах встречаются пучки трав и небольшие сосновые рощи.

Разнообразие растительного покрова привлекает множество животных, таких как зайцы, еноты, барсуки, кабаны. Сосновая хвоя служит пищей для лосей, оленей и косуль, а на травяных охотятся волки. Мыши служат пищей для лис. Эта территория необитаема людьми, что делает Дюнные всхолмления местом, где господствует только природа. Однако из-за недостаточного увлажнения и отсутствия густой растительности животные не задерживаются здесь надолго.

Все эти заповедные территории привлекают туристов, желающих увидеть природу в ее первозданном виде. Благодаря заповедникам, свое развитие получает экологический туризм и у людей формируется ответственное отношение к окружающей среде. [2]

Таким образом природно-рекреационные ресурсы играют важную роль в развитии туризма. Совокупность рельефа, климата, водных и лесных ресурсов создают массу возможностей для развития туристической сферы в Воронежской области, а также перед посетителями региона открывается не один вид туризма, а целый спектр, куда можно отнести пеший, водный, оздоровительный туризм и даже альпинизм.

Список литературы

1. Воронежская область. Общая информация [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.nbcrs.org/regions/voronezhskaya-oblast/general-information/> (Дата последнего обращения: 11.09.2024).
2. Калуцков, В.Н. География России : учебник и практикум для вузов / В.Н. Калуцков. – 3-е изд., испр. И доп. – Москва: Издательство Юрайт, 2024. – 305 с. – (Высшее образование). – Текст: непосредственный.
3. Кусков А.С. Рекреационная география : учебно-методический комплекс / А. С. Кусков, В. Л. Голубева, Т. Н. Одинцова ; Моск. психолог.-социал. ин-т. – Москва : Флинта : МПСИ, 2005. – 493 с. – Текст: непосредственный.
4. Рельеф Воронежской области [Электронный ресурс]. – URL: <https://край36.рф/index.php?view=article&id=27:polevloe-izuchenie-ovragov-i-balok&catid=9>

УДК 3.373.79.81

Кузнецова Анна Николаевна,

магистр 2 курса, направление «Гостиничное дело»
профиль «Инновационные технологии»

Рындач Марина Алексеевна,

SPIN-код: 3535-5987

Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

РАЗВИТИЯ ДЕТСКОГО ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА В ГОСТИНИЧНОМ КОМПЛЕКСЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *детский туризм, оздоровительный туризм, семейный отдых, туристические ресурсы, здоровье детей*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются вопросы развития детского оздоровительного туризма как важная часть социальной и экономической сфер. Особое внимание уделяется влиянию социально-экономических изменений и повышенному вниманию к здоровью детей на прогресс в этой области. Анализируется, как детский оздоровительный туризм помогает решать важные социальные задачи, открывает новые возможности для гостиничной индустрии, удовлетворяет потребности родителей и предоставляет отелям шанс привлечь больше клиентов и увеличить прибыль.*

Kuznetsova Anna Nikolaevna,

2nd year Master's degree, direction «Hotel business»
profile «Innovative technologies»

Ryndach Marina Alekseevna,

SPIN code: 3535-5987

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism
Kherson State Pedagogical University

DEVELOPMENT OF CHILDREN'S HEALTH TOURISM IN THE HOTEL COMPLEX

KEYWORDS: *children's tourism, health tourism, family holidays, tourist resources, children's health*

ANNOTATION. *The article deals with the development of children's health tourism as an important part of the social and economic spheres. Special attention is paid to the impact of socio-economic changes and increased attention to children's health on progress in this area. The article analyzes how children's health tourism helps to solve important social problems, opens up new opportunities for the hotel industry, meets the needs of parents and provides hotels with a chance to attract more customers and increase profits*

Актуальность определяется динамикой социально-экономических изменений и пристальным вниманием к здоровью детей. Развитие детского оздоровительного туризма в гостиничном комплексе – это важная стратегическая инициатива, которая позволяет повысить конкурентоспособность и удовлетворить потребности современных туристов.

Рост детского туризма в контексте гостиничного бизнеса не только повышает уровень сервиса, но и значительно способствует социальной ответственности компаний, а также стимулирует экономическое развитие региона. Детский оздоровительный туризм является значимым компонентом туристической индустрии, ориентированный на заботу о здоровье и развитии детей. В современном мире, где увеличивается осведомленность родителей о важности активного отдыха и заботы о здоровье своих детей, детский оздоровительный туризм становится все более востребованным и актуальным. Разнообразные программы, направленные на обогащение опыта детей, укрепление их здоровья и развитие скрытых способностей, в итоге стремятся к всестороннему развитию молодежи. Детские летние лагеря широко представлены сегодня, предоставляя богатую программу. В этой категории особое место занимают тематические лагеря, каждый из которых посвящен определенной теме: это могут быть палаточные лагеря с программой по обучению туристическим навыкам, лагеря с археологической направленностью, лагеря, акцентирующие внимание на военно-патриотическом воспитании, а также спортивные лагеря и другие.

Детские путешествия предоставляют уникальную возможность объединить отдых с образованием и развитием. Путешествия позволяют детям изучать новые места, культуры, историю и природу непосредственно на месте, что делает обучение более наглядным и запоминающимся. Во время путешествий дети взаимодействуют с разными людьми и культурами, что способствует развитию их коммуникативных навыков и умения работать в коллективе. Новые впечатления и возможности, которые открываются во время путешествий, могут вдохновить детей на дальнейшее самостоятельное изучение тем, связанных с посещенными местами. Путешествия предоставляют возможность обучаться вне стандартной школьной среды, предполагая более глубокое и полное понимание учебных материалов. Детский туризм выступает инструментом образования и развития детей, позволяя детям быть

самостоятельными, принимать решения, адаптироваться к новым ситуациям и решать проблемы, что является важными навыками для их будущего.

Детский туризм представляет собой путешествия организованных групп детей в возрасте от 7 до 18 лет под руководством взрослого, который выполняет функции их законного опекуна, посещающие различные места или страны для участия в оздоровительных, отдыхающих, образовательных, спортивных и других активностях в рамках организованной туристической группы [10, с. 3].

Детский туризм развивается и рассматривается как часть проекта по воспитанию и развитию правильного образа жизни молодежи.

Государственный стандарт ГОСТ Р 54605-2011 был принят для регулирования сферы детского и юношеского туризма. С помощью государственных субсидий осуществляются инициативы, предоставляющие школьникам возможность совершать бесплатные поездки по стране. Настоящий стандарт устанавливает общие требования к туристским и экскурсионным услугам, оказываемым для детей и юношества, и предназначен для применения организациями и индивидуальными предпринимателями, специализирующимися на детском и юношеском туризме [10, с. 1]

Классификация услуг в области детского туризма производится на основе возраста участников, длительности их путешествий и уровня сложности маршрутов. В рамках детского туризма выделяют следующие категории организационных туристских услуг:

- путешествия/экскурсии по познавательным туристским маршрутам, в том числе образовательным и краеведческим.
- отдых и оздоровление, в том числе предоставляемых в детских оздоровительных лагерях/центрах.
- Туристические мероприятия, сборы, празднования;
- развлекательные поездки;
- туристские поездки на образовательные, спортивные, культурные и иные мероприятия;
- отдых с активными видами передвижения (категорийные и некатегорийные туристские маршруты).

По типам детского туризма выделяют внутренний и международный, который подразделяется на въездной и выездной. Внутренний туризм – путешествия в пределах РФ детей, постоянно проживающих в пределах РФ. (Локальный – отдых и путешествия в пределах региона проживания) [2, с. 66]. Международный туризм включает в себя въездной и выездной туризм.

По целям отдыха для детей выделяют туризм культурно-познавательный, спортивный, образовательный, оздоровительный, событийный [4, с. 2].

Под системой детского оздоровительного туризма мы понимаем совокупность элементов разной природы, обладающих существенными отличиями, но в то же время тесно сотрудничающих и взаимозависимых друг от друга в рамках определенных подсистем, целенаправленное управление которыми обеспечивает удовлетворение потребностей детей в оздоровительно-образовательном отдыхе и лечении*. Оздоровительный туризм для детей ориентирован на использование лечебных возможностей местности, где проводится отдых. Обычно это включает посещение детских санаториев, направленных на лечение и предотвращение разнообразных недугов.

Детский туризм в России постепенно развивается и приобретает все большую популярность. Важными факторами, способствующими этому развитию, являются:

Поддержка государства: Правительство России активно поддерживает развитие туризма, включая детский. Программы, способствующие развитию туризма и включающие

мероприятия для детей и подростков, получают финансовую и организационную поддержку. С 2023 года впервые по линии Министерства природы РФ выделено около 1,5 млрд рублей на благоустройство национальных парков – для организации экотроп, инфоцентров, глэмпингов. Регионам по поручению президента были выделены средства на организованные поездки детей и это позволило им лучше узнать свою страну [9, с. 2].

Улучшение инфраструктуры: Улучшение и создание инфраструктурных объектов, предназначенных для отдыха и туризма детей, например, детских лагерей, образовательных центров и развлекательных комплексов, создает благоприятные условия для привлечения как местных, так и иностранных туристов.

Внимание к образовательному аспекту: Большинство проектов, связанных с туризмом для детей в России, содержат образовательные элементы, такие как экскурсии по историческим местам, занятия на свежем воздухе и участие в экологических проектах, что делает отдых не только интересным, но и полезным для развития детей.

Развитие семейного туризма: С ростом интереса к семейным отпускам и отдыху, в России появляются новые возможности для развития детского туризма, включая специальные предложения для семей с детьми.

Развитие туристических ресурсов: Россия обладает богатым культурным и природным наследием, которое предоставляет широкие возможности для разнообразных детских туристических программ. Открытие новых туристических маршрутов и пунктов притяжения способствует развитию детского туризма в стране.

Прогресс в сфере детского оздоровительного туризма, безусловно, является важным для гостиничного бизнеса, ориентированного на развитие. Благодаря этому они имеют уникальную возможность привлечь новую аудиторию и дифференцировать свои услуги. Предоставление специализированных программ для детей и их родителей позволяет гостиничным комплексам выделиться на рынке и создать уникальное конкурентное преимущество.

Основная задача нашего исследования заключается в анализе существующего положения и возможностей для роста туристической отрасли, ориентированной на содействие здоровью детей в рамках гостиничного бизнеса.

Задачи исследования заключаются в выявлении главных целей и форм детского оздоровительного туризма, а также в исследовании потенциала его дальнейшего развития.

Важность данного исследования обусловлена динамикой социально-экономических изменений и усиленным фокусом на здоровье детей. Прогресс в области детского оздоровительного туризма не только решает важные социальные задачи, но и открывает новые возможности для гостиничной индустрии; он удовлетворяет потребности родителей в заботе о благополучии и развитии их детей, а также предоставляет отелям шанс привлечь больше клиентов и увеличить прибыль.

Проблемы развития детского оздоровительно туризма освещались в работах В.Ш. Хетагуровой, Ю.И. Карповой, И.А. Романовой, М.В. Юрченко, А.М. Ветитнева, Е.В. Оргиной, И.В. Петрачивой. В этих работах анализируется понятие детского туризм, освещаются его различные аспекты, проблемы и перспективы развития оздоровительно туризма для детей.

Развитие детского оздоровительного туризма в сфере гостиничного бизнеса представляет собой многообещающее направление, которое может принести множество преимуществ для всей отрасли. Ниже приведены некоторые из основных направлений для развития:

Расширение аудитории: Развитие детского оздоровительного туризма позволит гостиничным комплексам привлечь новую целевую аудиторию – семьи с детьми. Это создаст новые перспективы для увеличения загрузки и доходности отельных помещений.

Дифференциация услуг: Гостиничные комплексы, предлагающие специализированные программы для детей, смогут выделиться на рынке и улучшить свою конкурентоспособность.

Предоставление широкого спектра детских развлечений и услуг повысит привлекательность отеля для семейных туристов.

Увеличение лояльности клиентов: Создание положительного опыта для детей и их родителей во время пребывания в гостиничном комплексе способствует формированию лояльности к бренду и повторным визитам.

Развитие новых форматов размещения: Для привлечения семей с детьми гостиничные комплексы могут разработать специальные семейные номера или апартаменты, а также обновить инфраструктуру, добавив детские площадки, игровые комнаты и клубы.

Партнерство с образовательными учреждениями: Сотрудничество с образовательными центрами и специалистами по детскому развитию позволит гостиничным комплексам создавать ценные образовательные программы для детей, что усилит их привлекательность для родителей.

Инновации и технологии: Использование современных технологий, таких как виртуальная реальность или интерактивные игры, может значительно обогатить детский опыт пребывания в гостиничном комплексе и сделать его более привлекательным для молодых туристов и их родителей. Развитие детского оздоровительного туризма представляет собой многообещающую возможность для гостиничного бизнеса, которая позволит не просто повысить прибыльность, но и способствовать улучшению качества услуг и удовлетворению потребностей современных семейных туристов.

В целом, развитие детского туризма в России свидетельствует о растущем интересе к здоровому образу жизни, активному отдыху и образовательным путешествиям как среди населения страны, так и среди иностранных гостей.

Экономические преимущества этого вида туризма очевидны: во-первых, детский туризм – это преимущественно групповые туры; во-вторых, постоянство в ежегодном повторении поездок значительно упрощает процесс бизнес-планирования.

В завершение хочется отметить, что развитие детского оздоровительного туризма в контексте гостиничного бизнеса не только способствует повышению стандартов обслуживания, но и вносит значительный вклад в социальную ответственность предприятий, а также стимулирует экономическое процветание региона. Это, в конечном итоге, ведет к улучшению благосостояния местных жителей и формированию положительного образа местности как желаемого места для семейного отдыха. Улучшение сектора детского оздоровительного туризма в контексте гостиничной индустрии играет важную стратегическую роль в развитии сферы гостеприимства.

Дети и их родители становятся все более требовательными к условиям проживания и развлечений во время отдыха. Поэтому создание уникальных и качественных программ для детей в гостиничном комплексе является ключевым фактором для привлечения и удержания клиентов.

Однако, чтобы успешно развивать детский оздоровительный туризм, необходимо учитывать многочисленные аспекты, начиная от безопасности и заботе о здоровье детей до появления интересных образовательных и развлекательных программ.

Отельные комплексы, направляющие средства в сектор детского оздоровительного туризма, не только усиливают своё финансовое положение, но также повышают свой статус, укрепляют свою репутацию, демонстрируя заботу и уважение к потребностям и желаниям каждого посетителя.

Таким образом, развитие детского оздоровительного туризма в гостиничном комплексе представляет собой важную стратегическую возможность для увеличения конкурентоспособности и удовлетворения запросов современных путешественников и их близких.

Список литературы

1. *Ветитнев, А.М.* Формирование системы детского оздоровительного туризма и ее регулирование на основе государственно-частного партнерства. / А.М. Ветитнев, Е.В. Оргина // Вестник СГУТиКД. 2011. № 3 (17)
2. *Голикова, О.М.* Исследование основных направлений детского туризма // Сервис plus. № 1. 2013. С. 62–67.
3. *Карпова, Ю. И.* Характеристика понятия "детский туризм". Классификация видов детского туризма / Ю. И. Карпова, И. А. Романова, М. В. Юрченко // Региональные географические исследования : Сборник научных трудов / Под общей редакцией А.В. Погорелова. Том Выпуск 13. – Краснодар : Кубанский государственный университет, 2020. – С. 234-237. – EDN YLYBLC.
4. Нормативно-правовая база по организации детского отдыха. – URL: <https://incamp.ru/normativno-pravovaya-baza-po-organizatsii-detskogootdyikha.html> – Текст: электронный.
5. *Петрачева И.В.* Особенности организации детского отдыха с использованием средств оздоровительного туризма // Материалы VII Международной научно-практической конференции, 15-16 марта 2023 г. // под ред. С.В. Дусенко, Н.Л. Авиловой; РУС «ГЦОЛИФК». – М., 2023. – с. 243-248.
6. *Рындач М.А.* Основы туризма: учебное пособие // М. А. Рындач ; под ред. С. Н. Смоленского. – Москва : Дашков и Ко ; [Ростов-на-Дону] : Наука-Спектр, 2012. – 204 с.
7. ГОСТ Р 54605-2017. Туристские услуги. Услуги детского туризма. Общие требования [Электронный ресурс]. – Введ. 2018–07–01 // Техэксперт: информационно-справочная система / Консорциум «Кодекс». – URL: <https://files.stroyinf.ru/Data/656/65619.pd>
8. Детский туризм в России в 2023 году [Электронный ресурс]. – URL: <https://touristam.com/children-s-tourism-2023-russia.html>
9. Детский туризм в России: путешествуйте и учитесь // Комсомольская правда [сайт]. – URL: <https://www.kp.ru/russia/novosti-turizma-v-rossii/deti-puteshe>.
10. Услуги детского отдыха. ГОСТ Р 54605–2011 [Электронный ресурс]. – Введ. 2012–07–01 // Техэксперт: информационно-справочная система / Консорциум «Кодекс». – URL: <https://edu.gov39.ru/rgk-v-sfere-organizatsii-otdykha-i-ozdorovleniya-detey/normativnaya-baza/gost-r-54605-2011.p>

УДК 379.85

Лорен Элина Владиславовна,
специалист 2 курса, направление «Пожарная безопасность»,
профиль «Пожарная безопасность»

Маркова К.Ю.,
научный руководитель, старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный университет», Кемерово

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ИНСТРУМЕНТ РАЗВИТИЯ РЕГИОНА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *событийный туризм, фестиваль, Кузбасс, сибирское купечество, Сибирь.*

АННОТАЦИЯ. *В статье описана реализация событийного туризма в Кемеровской области (Кузбассе). Приводятся примеры организации ежегодных фестивалей, посвященных традициям региона и значимым событиям в его истории.*

Lauren Elina Vladislavovna,

2nd year specialist, «Fire safety» direction, «Fire safety» profile,

Markova K.Yu,

scientific supervisor, senior lecturer

Kemerovo State University,

Kemerovo

EVENT TOURISM AS A TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF THE REGION

KEYWORDS: *event tourism, festival, Kuzbass, Siberian merchants, Siberia*

ANNOTATION. *The article describes the implementation of event tourism in the Kemerovo region (Kuzbass). Examples of the organization of annual festivals dedicated to the traditions of the region and significant events in its history are given.*

Развитие сферы туризма в странах, регионах и городах стало одним из приоритетных направлений политики почти всех государств мира. В настоящее время всё более популярным видом туризма становится событийный туризм. Это туризм, приуроченный к какому-либо значимому культурному событию в отдельном регионе (фестивалю, карнавалу, олимпиаде и др.). Событийный туризм может осуществляться в форме национального фестиваля, гастрономического тура, музыкального концерта, кинофестиваля и др. [1, 5].

Один из субъектов Российского государства – Кузбасс, расположенный в Сибири, уже «снискал славу» туристического рая благодаря событийному туризму. Ежегодно в Кузбассе проходят такие массовые мероприятия, ставшие традиционными, как «Шахтёрский Сабантуй», Международный фестиваль «Динотерра» в Чебулинском муниципальном округе, «Дети Азии», Фестиваль «День сибирского купечества» GrelkaFwest, Фестиваль ПРОГЕШ и многие другие. Посёлок Шерегеш в Таштагольском районе Кемеровской области (Кузбасс) стал одним из известных и востребованных горнолыжных курортов России, и привлекательным в том числе для иностранных туристов, благодаря событийному туризму. С 2013 г. ежегодно, весной, на закрытии сезона в самом крупном горнолыжном курорте Сибири Шерегеше проходит фестиваль Grelka Fest, во время которого организуется массовый спуск в мини-бикини, шортах или карнавальных костюмах (это дресс-код фестиваля). В 2024 году состоялся одиннадцатый фестиваль Grelka Fest. Это всегда грандиозное необычное событие с концертами костюмами, красками холи, поэтому сюда съезжается большое количество туристов с разных уголков страны и других государств. С каждым годом количество участников фестиваля растёт. Шерегеш называют Горной Шорией и «сибирской Швейцарией». За самый массовый спуск в 2019 году, где количество человек составило 1761, курорт попал в Книгу рекордов России. С 2022 года в июне в Шерегеше стали проводить ещё один фестиваль «ПРОГЕШ». Это мероприятие ориентировано больше на историю народов, с древности проживающих на этой территории, и его культуру. В 2024 году на фестивале собралось рекордное количество участников и гостей – 35 тысяч человек. Каждый год на мероприятии устраивают креативные «сюрпризы» для зрителей: самолет с мороженым, которое спускают в коробках для гостей; рекордное количество такого национального угощения, как пельбены (шорские пельмени с медвежатиной) – 2024 штуки. Но даже столько лакомства не хватило, чтобы накормить всех участников, о чем сожалели повара и обещали в 2025 году приготовить гораздо больше. Такое блюдо прекрасно вписывается в фестиваль и передает местный колорит. Гастрономическую часть фестиваля также украсило кузбасское блюдо – щука, фаршированная в брусничном листе. Фестиваль дополняют мастер-классы по изготовлению национальных шорских сувениров, горные экскурсии по экотропам, катание на лошадях, музыкальные концерты известных российских исполнителей.

Ещё один фестиваль в Кузбассе поражает своей аутентичностью – это фестиваль «День сибирского купечества». Вот уже несколько лет подряд в небольшом провинциальном городе Мариинске Кемеровской области в июле проходит трехдневный фестиваль, посвященный истории этого города. Мариинск – один из самых старинных городов Кузбасса и его история непосредственно связана с русским купечеством. Село Кийское на месте будущего города Мариинск возникло давно в XVIII веке, поскольку здесь в Сибири проходил Большой сибирский тракт – дорога, соединяющая европейскую часть России с Китаем. В 1856 году село получило статус города и было переименовано в Мариинск в честь жены российского императора Александра II императрицы Марии Александровны [2, с. 4; 9]. Приезжавшие в Мариинск в XIX веке купцы, покупали золотые прииски в окрестностях Мариинска, а затем сдавали их в аренду сезонным искателям золота в летнее время. На вырученные деньги купцы открывали бакалейные (торговые лавки) и развивали свою предпринимательскую деятельность. При этом все купеческие семьи, жившие в Мариинске, оказывали благотворительную помощь городу: строили дома, типографии, содержали больницы и тюрьмы. Купеческий род Юдалевичей построили еврейскую молельню, давали деньги для школ, училищ, церквей, пожарного общества, [4, с. 15–18]. Купцы Гурьевичи построили в Мариинске общественную баню с использованием современных материалов в стиле «модерн» [2, с.19–25]. Предприниматель Лейба Манусович в 1899 году открыл первый на территории современного Кузбасса кинотеатр под названием «Фурорь» [4]. Дома, которые строили местные купцы для собственного проживания – это отдельный вид архитектурного искусства, и сейчас они являются уникальными историческими зданиями – памятниками архитектуры регионального значения, которые делают Мариинск настоящим музеем под открытым небом [3, 2024].

На фестивале «День сибирского купечества» одну из главных улиц города стилизуют под старину – «Большая Московская» (название современной улицы Ленина в XIX веке). Совершая «Променад по Большой Московской», можно встретить не только переодетых в купцов и купчих, казаков и скоморохов участников фестиваля, но и пройти вдоль настоящих бакалейных рядов, где многочисленную продукцию выставляют представители древних купеческих династий Мариинска. Среди товаров: изделия из бересты, мёд, тонкое кружево, пряники, чай и многое другое. Продукция, которая выставляется на фестивале, сделана известными мастерами Кемеровской области и других регионов нашей страны. На фестивале много тематических локаций, можно даже заглянуть в кинозал Лейбы Манусович и посмотреть немое кино. В рамках фестиваля проходит много разнообразных мероприятий, в том числе и благотворительных, таких как большой концерт «БлагоДарим». Благодаря «Дню сибирского купечества» небольшой «уездный» Мариинск становится известным во всей России.

Таким образом, событийный туризм как вид туристической сферы очень востребован в настоящее время, он отличается особой уникальностью, быстро приобретает популярность и будет продолжать развиваться. Такой вид туризма, в том числе и приносит пользу региону, привлекая большой поток туристов и развивая экономику местной территории.

Список литературы

1. *Бабкин, А.В.* Специальные виды туризма. Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. 252 с.
2. Дорога длиной в 300 лет. Путеводитель по городу Мариинску для туристов. Кемерово, 2020. – 32 с.
3. *Лорен, Э.В.* Роль дореволюционных мариинских филантропов в развитии города и региона // Актуальные проблемы развития образования на современном этапе: Материалы симпозиума XIX (LI) Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. Кемерово, 2024. С. 111–113.

4. Мариинские купцы: книга для желающих создавать и преумножать деловые капиталы (к 300-летию Кузбасса): методическое пособие для исследователей локальной истории и проектных команд / под ред. М.Г. Балашкиной. Кемерово, 2021. – 123 с.
5. Нарута, Я.С., Гарина Т.А. Событийный туризм: понятия, виды, классификация / Я.С. Нарута, Т.А. Гарина // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. – 2016. – № 11 (часть 6). С.1158 –1162.

УДК 338.48

Николаенко Е.С.,

магистрант, 43.04.03 «Гостиничное дело»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Рындач Марина Алексеевна,

SPIN-код: 3535-5987

Научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕСПУБЛИКЕ КРЫМ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *экологический туризм, Республика Крым, устойчивое развитие, ООПТ, сельский туризм, агротуризм, глэмпинг.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются ключевые направления развития экологического туризма в Республике Крым. Проанализированы подходы к определению экотуризма. Выявлены ключевые виды туристской деятельности региона в рамках экологического туризма. Определены виды туризма, реализуемые на ООПТ и в сельской местности Крыма. Определены перспективы развития экологического туризма в регионе, а также роль инвесторов и региональных властей.*

Nikolaenko E.S.,

graduate student, 04.3.03. «Hotel business»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Ryndach Marina Alekseevna,

SPIN code: 3535-5987

Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

KEY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN THE REPUBLIC OF CRIMEA

KEYWORDS: *ecological tourism, Republic of Crimea, sustainable development, protected areas, rural tourism, agrotourism, glamping.*

ANNOTATION. The article considers the key directions of ecological tourism development in the Republic of Crimea. The approaches to the definition of ecotourism are analysed. The key types of tourist activities of the region within the framework of ecotourism are identified. The types of tourism realised in protected areas and rural areas of Crimea are defined. The prospects for the development of ecotourism in the region, as well as the role of investors and regional authorities are determined

Экологический туризм (экотуризм) в настоящее время является одним из наиболее актуальных направлений развития туристической индустрии во всем мире. Республика Крым представляет собой уникальный регион с богатым природным туристско-рекреационным потенциалом, который предлагает огромный спектр возможностей для развития экологического туризма. Цель данной статьи – выявить ключевые направления развития экологического туризма в республике Крым.

Развитие экотуризма в современном мире основано на концепции устойчивого развития – это концепция, которая уделяет особое внимание удовлетворению потребностей сегодняшнего поколения без ущерба интересам и потребностям будущих поколений [5]. Основной идеей устойчивого развития является баланс между экономическими, социальными и экологическими аспектами развития, чтобы обеспечить долгосрочное благополучие и устойчивость.

Среди отечественных ученых, поднявших вопросы теории и практики экологического туризма, стоит отметить работы Е. А. Джанджугазовой, Т. К. Сергеевой, А. В. Резниковой, О. Г. Амаровой, Е. Н. Буховой, В. Б. Поздеева, А. С. Кускова и др. Особенности развития экотуризма в республике Крым рассматриваются Е. А. Сергеевой, А. А. Павловой, С. В. Чимириш, В. В. Верна, В. М. Устиновой и многих других. Авторы отмечают уникальное географическое положение региона и его многочисленные туристско-рекреационные ресурсы.

Существует большое количество определений экологического туризма в научной среде. Например, Международное общество экотуризма определяет экотуризм как ответственное путешествие по природным территориям, направленное на сохранение окружающей среды, поддержание местного населения и включает в себя образовательные программы [6].

В отечественной научной литературе экологический туризм рассматривается как один из видов туризма, основанный на природных ресурсах, элементах ландшафта, биологических системах и пейзажах [4]. В нормативных документах, например в концепции Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)» указано, что экологический туризм – это путешествие с целью наблюдения и приобщения к природе, основными принципами которого являются рациональное использование природных ресурсов и охрана окружающей среды [3].

Обобщая вышеупомянутые определения, можно сказать, что экотуризм – это вид туризма, ориентированный на путешествия в природные территории с минимальным воздействием на окружающую среду и максимальным вниманием к сохранению природы и ее биоразнообразия. Целью экотуризма является содействие охране окружающей среды, уважение к местной культуре и обществу.

В России для обеспечения развития экологического туризма, согласно стратегии развития туризма на период до 2035 года, выявлены следующие направления [1]:

- Совершенствование системы планирования, контроля и мониторинга деятельности в сфере экологического туризма на особо охраняемых природных территориях (ООПТ);
- Фиксация предельно допустимых нагрузок и минимизации негативного воздействия на природные экологические системы;
- Сертификация экологических троп и туристских маршрутов на ООПТ и разработки правил, регулирующих поведение посетителей;
- Обустройство экологических троп и туристских маршрутов, смотровых площадок, мест наблюдения за дикими животными;

– Создание условий для развития инфраструктуры для обеспечения сервисного обслуживания посетителей, в том числе путем привлечения инвесторов.

Сохранение природы, возможно, является наиболее важным компонентом экотуризма, поскольку оно должно предлагать долгосрочные и устойчивые решения для увеличения и защиты биоразнообразия и природы. Обычно это достигается за счет экономических стимулов, выплачиваемых туристами, ищущими впечатления от природы, в чем и заключается экономическая сущность экотуризма.

Экологический туризм отличается от классических видов туризма тем, что он призван не только приносить пользу туристам, но и сохранять природу и культурное наследие мест, которые они посещают. В связи с этим существует множество точек зрения на то, какие виды экотуризма существуют и как их классифицировать. Однако, специалисты считают, что все многообразие видов экотуризма целесообразно разделить на два его основных класса [2]:

– Экотуризм в дикой природе, включая поездки в заповедники или другие защищенные природные территории (Североамериканская модель).

– Экотуризм в культурных ландшафтах, где туристы могут познакомиться с местной культурой и традициями (Западноевропейской модель). Этот тип экотуризма включает в себя сельский туризм.

Территория Республики Крым крайне богата природными туристско-рекреационными ресурсами, в том числе ООПТ (рис. 1). Однако, для реализации этих территорий как объектов экологического туризма необходимы существенные изменения в стратегии развития региона. Среди приоритетных направлений экологического туризма в рамках ООПТ в республике Крым можно выделить следующие:

1.Познавательный туризм. На территории ООПТ республике Крым, в рамках эколого-туристской и эколого-просветительской деятельности реализуются археологические, ботанические, орнитологические, этнографические и прочие туры.

2.Экологические тропы и эколого-образовательные туры. На территории Крыма реализуются: экомаршрут «Солнечная тропа», «Тропа Голицына» (Соколиная тропа), «Большой каньон Крыма», комплексные экотуры, эколого-образовательные школьные туры, лекций и экскурсий по маршрутам заповедников, творческие мероприятия и мастер-классы, игры на свежем воздухе.

3.Рекреационный туризм, включающий в себя широкий спектр деятельности – от пеших, конных, водных путешествий до пассивного отдыха в палатках и сбора ягод и грибов.

4.Научный туризм. Уникальная природа Крыма до сих пор остается важным объектом исследования многих ученых. На территории ООПТ региона проводятся Экспедиции ученых, летние полевые практики студентов, иные путешествия, включая сбор научной информации.

ООПТ Республики Крым			
Федерального значения		Регионального значения	
Заповедник "Казантипский"	Заповедник "Ялтинский горно-лесной"	Памятники природы 93	Заповедные урочища 7
Заповедник "Карадагский"	Национальный парк "Крымский"	Государственные природные заказники 43	•Природные парки •6
Заповедник "Лебяжьего острова"	Заказник "Каркинитский"	Парки-памятники садово-паркового искусства 28	Другие 6
Заповедник "Опукский"	Заказник "Малое филофорное поле"	Ландшафтно-рекреационные парки 11	

Рис. 1. Структура ООПТ Республики Крым [8]

Вторым по важности направлением экотуризма является сельский туризм. Благодаря уникальным природным условиям Астраханской области здесь можно развивать разнообразные виды сельского туризма. Под сельским туризмом в данном контексте понимается любой вид туризма, осуществляемый за пределами городских населенных пунктов, на территории сельской местности [7]. Среди приоритетных направлений экологического туризма в сельских районах Астраханской области можно выделить следующие:

– Агротуризм. Данный вид туризма предполагает отдых туристов в специализированных сельских средствах размещения, как правило – агроусадебках. Среди примеров таких объектов можно выделить популярные: страусиная ферма «Экзотик», ферма «Ишачок», козья ферма «Чистые ключи» и др.

– Оздоровительный туризм. В республике есть множество минеральных источников и оздоровительных учреждений, которые позволяют реализовывать различные лечебные, косметические и подобные процедуры (санатории «Юрмино», «Нижняя Ореанда», «Дюльбер», «Славутич», SPA-отель «Ливадийский», пансионат «Демерджи» и др.).

– Пешеходный, конный и велосипедный туризм. Сельская местность Крыма чрезвычайно богата и разнообразна туристско-рекреационными ресурсами, поэтому пешие, конные и велосипедные прогулки – один из наиболее распространенных и популярных видов деятельности.

– Водный экотуризм – также предполагает активный отдых, например каньонинг – это перемещение по каньонам без плавательных средств, но с применением страхующих веревок, экстремальные сплавы на катамаранах и рафтинг по рекам и т.д.

– Глемпинг – это вид активного отдыха, который предполагает проживание на природе в условиях приближенных к дикой природе. Во время глемпинга туристы могут размещаться в палатках, щитах, капсульных гостиницах и т.д.

Несмотря на существенный туристско-рекреационный потенциал Крыма в сфере экологического туризма, на данный момент, этот вид туризма только начинает обретать популярность. Для создания полноценной экологической дестинации в регионе необходимо провести трансформацию туризма в целом.

Необходимо также максимально использовать потенциал туризма для экономической выгоды и повышения уровня жизни населения путем разработки соответствующих стратегий в сотрудничестве с муниципальными властями. Инвесторы могут содействовать созданию благоприятных условий для малых и средних предприятий, которые являются основным двигателем создания рабочих мест в туристском секторе.

Таким образом, развитие экологического туризма в Республике Крым имеет большой потенциал и может способствовать сбалансированному развитию региона, сохранению его природного наследия и улучшению качества жизни местного населения.

Список литературы

1. *Астанин, Д.М.* Перспективы пространственного развития экологического туризма: монография / Д.М. Астанин, Г.К. Муталибова, Е.М. Вишторский, Л.В. Большеротова. Минсельхоз РФ, РГАУ-МСХА им. К.А. Тимирязева. – Тамбов: Издательство Юконф, 2022. – 96 с.
2. Концепция Федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)». – URL: <https://docs.cntd.ru/document/557414759?marker=6540IN> (дата обращения: 03.05.2024).
3. *Косолапов, А.Б.* Теория и практика экологического туризма: учебное пособие / А. Б. Косолапов. – Москва : КНОРУС, 2017. – 230 с.
4. *Кочкорбаева, М.Д.* Устойчивый туризм: сущность и необходимость развития в странах ЕАЭС / М. Д. Кочкорбаева // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество. – 2021. – № 4(1). – С. 466-470.

5. Международное общество экотуризма (TIES). Принципы экотуризма. – 2015. – URL: <https://ecotourism.org/news/ties-announces-ecotourism-principles-revision> (дата обращения: 25.05.2024).
6. Саидова Л.И. Экотуризм как направление устойчивого развития сельских территорий / Л.И. Саидова, А.А. Жунусова // Journal of Monetary Economics and Management. – 2023. – №2. – С. 137-141.
7. Сводные данные государственного учёта особо охраняемых природных территорий – URL: <https://meco.rk.gov.ru/structure/66dc41be-5e3d-4b1e-abe1-2f4efa131e84> (дата обращения: 03.05.2024).
8. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 №2129-р (ред. от 07.02.2022) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 г.

УДК 338.486

Татаринцева Валерия Сергеевна,
магистр 1 курса, направление подготовки «Сервис»,
профиль «Инновационные технологии
в индустрии туризма и гостеприимства»

Суханов Павел Михайлович,
SPIN-код: 9824-3260
научный руководитель, ассистент кафедры управление качеством,
гостиничного дела и туризма
ФГБОУ ВО «Воронежский государственный
университет инженерных технологий», Воронеж

УПРАВЛЕНИЕ КАЧЕСТВОМ В СФЕРЕ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *развитие туризма Воронежской области, направления туризма Воронежской области, туристические ресурсы Воронежской области, туристические зоны Воронежской области, проблемы развития туризма Воронежской области.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлен обзор Воронежской области, как региона для туризма. Представлены основные туристические зоны области и их характеристики. Выявлены проблемы в оказании качественных туристических услуг и пути их решения. Определены основные направления туризма в регионе.*

Tatarintseva Valeria Sergeevna,
1st year Master's degree in the field of training «Service»,
profile «Innovative technologies
in the tourism and hospitality industry»

Sukhanov P.M.,
scientific supervisor, assistant
Voronezh State University of
Engineering Technologies,
Voronezh

QUALITY MANAGEMENT IN THE FIELD OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE VORONEZH REGION

KEYWORDS: *the development of tourism in the Voronezh region, the directions of tourism in the Voronezh region, the tourist resources of the Voronezh region, the tourist zones of the Voronezh region, problems of tourism development in the Voronezh region.*

ANNOTATION. *The article presents an overview of the Voronezh Region as a region for tourism. The main tourist areas of the region and their characteristics are presented. Problems in the provision of high-quality tourist services and ways to solve them have been identified. The main directions of tourism in the region have been identified.*

Воронежская область – один из важнейших промышленно сельскохозяйственных регионов Российской Федерации, обладающая выгодным географическим положением, граничащая с Белгородской, Волгоградской, Курской, Липецкой, Ростовской, Саратовской и Тамбовской областями, а также с Луганской Народной Республикой. Разнообразие исторического наследия, высокий интеллектуальный и культурный потенциал определяют благоприятные долгосрочные перспективы развития туристского комплекса на территории региона.

Анализируя ресурсы для развития туризма в Воронежской области, хочется отметить огромный потенциал возможностей этого направления в регионе. Воронежская область имеет богатейшие истоки духовной, нравственной, эстетической и художественной культуры. Культурное наследие создавалось на протяжении многих веков, обогащалось, передавалось из поколения в поколение. Область является одним из самых привлекательных в туристском отношении регионов России.

На территории Воронежской области расположено более 2,5 тыс. памятников истории и культуры. Интерес представляют памятники архитектуры XVII – XIX вв.: историко-культурный центр Дворцовый комплекс Ольденбургских, музей «Арсенал», художественный музей им. И.Н. Крамского, государственный археологический музей-заповедник «Костёнки», природный архитектурно-археологический музей-заповедник «Дивногорье», корабль-музей «ГотоПредестинация».

Также в области действуют 8 государственных и муниципальных театров и 4 концертных учреждения (академический театр драмы им. А.В. Кольцова, юного зрителя, оперы и балета, кукольный).

Воронежская область – родина знаменитых русских писателей, деятелей науки и культуры. Среди них писатели – А.П. Платонов, Г.Н. Троепольский; поэты – И.С. Никитин, А.В. Кольцов, С.Я. Маршак; лауреат Нобелевской премии И.А. Бунин, а также основатель русского народного хора М.Е. Пятницкий и многие другие.

На территории Воронежской области проводится большое количество фестивалей других мероприятий: Платоновский фестиваль искусств; Воронежский фестиваль садов и цветов «Город-сад»; Музыкальный фестиваль «Не только Джаз на пруду»; Рок-фестиваль «Чернозем» и многие другие.

В Воронежской области выделяют пять туристских зон:

– Воронежская туристская зона – располагается в северо-западной части области, занимая Хохольский, Семилукский, Рамонский, Новоусманский и Каширский муниципальные районы. Привлекательные туристские объекты здесь тяготеют к долине Дона, р., Воронежскому водохранилищу.

– Центральная туристская зона простирается в широтном направлении. Ее главная туристская ось проходит через города Острогжск-Лиски-Бобров-Таловая. Основными туристскими объектами этой зоны являются уникальные ландшафты Донской долины, культовые пещерные сооружения Дивногорья и Костомарова, культурно-исторические

памятники в Острогожске, Лисках, Боброве, конный завод в Хреновом, Хреновской бор с его знаменитыми образцами лесокультурного дела, санаторно-курортный комплекс «Икорец».

– Павловская туристская зона больше, чем другие тяготеет к долине Дона. Туристов сюда привлекают несколько знаковых объектов – пещерные комплексы у сс. Белогорье и Семейка, выходы на дневную поверхность древнейших пород планеты докембрийских гранитов у сел Русская Буйловка, Басово и Украинская Буйловка, Шипова дубрава на р. Осередь с ее образцами лесокультурного дела, архитектурные памятники Павловска.

– Степное Подонье. Анализируя данные места, можно отметить, что их привлекательность обусловлена благоприятным климатом, который не уступает известным курортам на севере Кавказа и на побережье Азовского моря. В данной зоне расположены три муниципальных района – Верхнемамонский, Кантемировский и Богучарский. Туристические возможности здесь связаны с долиной реки Дон, где речные пляжи и меловые образования смешиваются с увлекательной и эффективной рыбалкой. Влияние Цимлянского водохранилища благоприятно сказывается на рыбных запасах в реке, что отражается в богатом разнообразии популяции.

– Борисоглебская туристская зона располагается несколько особняком, но с четырьмя тяготеющими к Дону туристскими зонами соединена двумя хорошими автодорогами. Одна у с. Рогачевка Усманского района отходит от федеральной дороги «Дон» на восток к Борисоглебску и далее на Балашов-Саратов, а вторая от той же федеральной магистрали направляется у с. Средний Икорец на Бобров-Новохоперск-Поворино и далее на Волгоград. Территориально в состав Борисоглебской зоны входят пять муниципальных районов – Новохоперский, Грибановский, Терновский, Борисоглебский и Поворинский [2].

Не смотря на активное развитие туризма в Воронежской области, определенные сложности в предоставлении качественных туристских услуг в регионе создают:

– Материальная база. Гостиницы Воронежской области имеют небольшой номерной фонд, что влияет на стоимость проживания в них.

– Туроператоры не занимаются разработкой новых туристских маршрутов, так как они требуют создания инфраструктуры туризма, многие достопримечательности в районах области не предаются огласке.

– Подготовка кадров. Несмотря на заметное развитие образовательного комплекса в сфере туризма, в руководстве турфирм крайне незначителен процент лиц, имеющих специальное образование.

– Все вышеперечисленные факторы образуют главную проблему развития туризма – образ Воронежской области как региона, привлекательного для туризма.

На сегодняшний день для решения проблем развития туризма в Воронежской области разрабатываются программы, призванные помочь выйти из создавшегося положения и сформировать в регионе высокоэффективный и конкурентоспособный туристский комплекс.

Например, в рамках закона Воронежской области от №67-ОЗ «О государственной (областной) поддержке инвестиционной деятельности на территории Воронежской области» осуществляется поддержка инвесторам, реализующим проекты, в том числе и по строительству туристской инфраструктуры на территории Воронежской области [1].

В Воронежской области конкурентное преимущество заключается в уникальной самобытной, богатом природном, в обширных деловых связях. Исходя из туристского потенциала Воронежской области, основными направлениями развития туризма являются: культурно-познавательный, деловой, событийный, сельский, паломнический и курортно-санаторный.

Воронежская область обладает благоприятными предпосылками для развития различных видов туризма и отдыха как для жителей области, так и для её гостей:

– Воронежская область невероятно богата заповедными местами, которые притягивают туристов со всего мира своей первозданностью. Здесь растут уникальные образцы древесных пород и реликтовые растения, обитает множество животных;

- Ежегодно в регионе проводится порядка 80 форумов, выставочно-ярмарочных и узкоспециализированных мероприятий;
- Воронежская область обладает богатым историко-культурным наследием.

Список литературы

1. Закон Воронежской области от 07.07.2006 N 67-ОЗ (ред. от 23.07.2024) «О государственной (областной) поддержке инвестиционной деятельности на территории Воронежской области» (принят Воронежской областной Думой 29.06.2006).
2. Федотов, В.И. Потенциал развития экологического туризма в центральном Черноземье / В.И. Федотов, С.В. Федотов // Вестник Воронежского государственного университета. Серия: География. Геоэкология – 2003 . – №1 . – С. 93-99.

УДК 338.48

Алексеева Е. В.,

ст. преподаватель кафедры естественных дисциплин,
сервиса и туризма

Казанского кооперативного института (филиал)

АНО ОВО ЦРФ «Российский университет кооперации»

г. Казань

elena.aleksa-63@mail.ru

ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНЫЙ И АВТОМОБИЛЬНЫЙ ТУРИЗМ КАК МОДНЫЙ СОВРЕМЕННЫЙ ТРЕНД В ПУТЕШЕСТВИЯХ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *железная дорога, железнодорожный туризм, автомобильный туризм, путешествие, туристы, внутренний туризм, туристская инфраструктура*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлена основная тенденция современного состояния туристической отрасли для российских туристов – приоритет на путешествия внутри страны с новым развитием таких видов туризма, как автомобильный и железнодорожный.*

Alekseeva E. V.,

Senior lecturer at the Department of Natural Sciences,
Service and Tourism

Kazan Cooperative Institute(branch)

ANO OVO CRF "Russian University of Cooperation"

Kazan

elena.aleksa-63@mail.ru

RAILWAY AND AUTOMOBILE TOURISM AS A FASHIONABLE MODERN TRAVEL TREND

KEYWORDS: *railway, railway tourism, automobile tourism, travel, tourists, domestic tourism, tourist infrastructure.*

ANNOTATION. *The article presents the main trend of the current state of the tourism industry for Russian tourists – the priority for travel within the country with the new development of such types of tourism as automobile and railway.*

На фоне крупных геополитических изменений в мире, закрытии части границ и аэропортов южных городов нашей страны, невозможности российским гражданам путешествовать по ряду стран, в последние годы стали пользоваться большой популярностью путешествия по нашей стране.

К 2030 году предполагается, что число турпоездов по России вырастет вдвое. Кабинет Министров во главе с Михаилом Мишустинным утвердил даже Концепцию развития автомобильного туризма до 2035 года. То же самое можно отметить и про путешествия на туристических поездах. То есть, спустя годы, и железнодорожный туризм становится снова модным [2].

В соответствии со статистикой прошлых лет, количество поездок на автомобилях и автобусах предположительно вырастет до 47 миллионов.

Путешествовать на автомобилях туристам станет гораздо приятнее и удобнее. Так как много уже сделано и еще будет сделано для удобства и хорошего сервиса на пути следования всего маршрута туристов. Вдоль автомобильных магистралей расширяют зоны отдыха, заправочные станции, на которых дополнительно строят мотели, пункты питания, станции техобслуживания, и даже детские площадки для комфортного отдыха туристов в пути. А, если путь туриста пролегает по живописным местам, которыми богата наша страна, то в таких местах открываются смотровые площадки для лучшего обзора.

Понятие «железнодорожный туризм» включает в себя путешествие, которое совершается туристом по железной дороге на специализированном железнодорожном транспорте в оздоровительных, познавательных и других целях» [1].

Учитывая международную статистику за прошлый, 2023 г., то распределение пассажиропотока по всем видам и средствам транспорта можно определить таким образом:

- авиационные перевозки составляют 44%;
- автомобильные перевозки составляют 41%;
- морские и речные перевозки составляют 8%;
- железнодорожные перевозки составляют 7% [4].

Туристическая сфера в России меняется буквально на глазах. Сегодня мы все переживаем буквально период возрождения внутреннего туризма. Все больше россиян путешествуют по стране.

В период беспрецедентных санкций, введенных Западом нашей стране, создающих достаточно сложностей для путешествий российским туристам за рубеж, внутренний туризм развивается и становится в приоритете у наших граждан. В том числе, получили большее развитие такие виды и направления туризма, как автомобильный и железнодорожный туризм.

В ситуации, когда уже более двух лет выезд россиян за границу сильно ограничен, это также отразилось на железнодорожных перевозках поездами дальнего следования. Многие путешественники выбрали поезда как основной вид транспорта для поездок по стране. В общей сложности, внутри России поездами на ж/дороге было перевезено около 96 млн пассажиров за последний год. В том числе, в период с мая по сентябрь, самые востребованные месяцы для отдыха, было перевезено более 11 миллионов отпускников.

Путешествовать по железной дороге с каждым годом становится все более приятно. Так, идет постоянное развитие дорожных объектов, происходит улучшение сервисного обслуживания пассажиров на железнодорожном транспорте, выпуск новых современных вагонов класса «люкс», повышенной комфортности и т.д. Много внимания уделяется питанию пассажиров: появляются новые концепции питания с простой и привычной едой, и также разрабатываются блюда ресторанного уровня. На поездах дальнего следования у пассажиров стал пользоваться новый сервис доставки еды к поезду. Востребованность такого сервиса за последний год увеличилась в два раза. Специально к началу летнего сезона Федеральная пассажирская компания обновила для пассажиров ж/д транспорта информационно-развлекательную систему «Попутчик». В этой системе стали продвигать новые российские

фильмы, музыку разного жанра, мультфильмы, книги для детей. И даже было заключено соглашение с самым крупнейшим в России онлайн-кинотеатром «Okko» [2].

Особенно интересен сейчас Дальний Восток в плане развития туристской инфраструктуры. Во Владивостоке ежегодно проходит Восточно-экономический форум, где гости из разных стран могут оценить не только экономическую, но и туристическую привлекательность региона. И именно это в дальнейшем привлечёт инвестиции для развития туристской инфраструктуры и широких направлений всех видов туризма в этом регионе.

Очень востребованный и очень интересный маршрут, проходящий по Транссибирской магистрали, который получил название «Золотой Орел».

Этот маршрут пролегает по самым живописнейшим местам нашей страны, где можно за один тур проехать практически всю Россию, с Запада на Восток. Транссибирская магистраль – самый длинный в мире железнодорожный путь, который протянулся более чем на десять тысяч км от Москвы до Владивостока. Транссибирская магистраль, построенная в прошлом веке, проходит через восемь часовых поясов и через крупные города Урала и Сибири.

Первый туристический поезд отправился в путешествие в марте 2007 г. А за сезон такой поезд совершает около 12 поездок между Москвой и Владивостоком. Во время проведения чемпионата мира по футболу в 2018 г. в нашей стране этот маршрут был на пике популярности у иностранных гостей, приехавших на чемпионат в качестве болельщиков.

Путешествие на современном туристическом поезде – это совершенно необычный способ посмотреть красивые, живописнейшие места России за очень небольшой период, такой, как туры выходного дня.

А в следующем, 2025 году, Российские железные дороги предполагают запустить восемь новых туристических маршрутов. И это будут не только «сказочные» маршруты на новогодние праздники и каникулы, но и новые маршруты по нашей стране на весь следующий год [3].

Главная цель разрабатываемой концепции развития автомобильного и ж/дорожного туризма – это создание комфортных и, главное, безопасных условий для путешествий по автодорогам. Также очень важным в развитии данных видов туризма является повышение доступности туристских объектов и качества дорожного сервиса.

Актуальность исследования определяется тем, что, несмотря на достаточно еще большое отставание в способах передвижения путешественников в сравнении с авиационными перевозками, автомобильный туризм продолжает активно развиваться, а железнодорожный туризм набирает обороты.

Список литературы

1. Косолапов, А.Б. Организация туристской деятельности. Учебник/ А.Б. Косолапов. – Москва: КНОРУС, 2018 г. – 304 с.
2. «Комсомольская правда», Тенденция [Электронный ресурс] – URL: <https://www.kp.ru>
3. РИА НОВОСТИ [Электронный ресурс]: <https://ria.ru/20240702/rzhd-1956946347.html>.
4. «Транспортное обслуживание туристов», [Электронный ресурс] – URL: <https://elib.gsu.by/>

УДК 379.831

Пшеничных Ксения Петровна,

Бакалавр 1 курса «Туризм»

ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,

Ростов-на-Дону

Маслак Е. Н.,
научный руководитель, к.и.н., доцент,
ФГАОУ ВО «Южный федеральный университет»,
Ростов-на-Дону

ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ КУЛЬТУРНО-ДОСУГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РОССИИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *культура, досуг, культурно-досуговая деятельность*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются современные тенденции развития культурно-досуговой деятельности в России. Автор подчеркивает важность разнообразных форм этой деятельности, таких как эстетические, развлекательные, образовательные и рекреационные, и отмечает, что специальные учреждения играют ключевую роль в организации культурного пространства городов и регионов. Изучение спектра культурных услуг, включая кинематографию, театральные и художественные направления, демонстрирует многогранность культуры как сферы. В заключение подчеркивается, что культурно-досуговая деятельность не только обогащает досуг граждан, но и способствует формированию культурной идентичности общества.*

Pshenichnykh Ksenia Petrovna,
Bachelor of the 1st year "Tourism"
Southern Federal University,
Rostov-on-Don

Maslak E. N.,
Scientific supervisor, PhD, Associate Professor,
Southern Federal University,
Rostov-on-Don

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF CULTURAL AND LEISURE ACTIVITIES IN RUSSIA

KEYWORDS: *culture, leisure, cultural-leisure activities.*

ANNOTATION. *The article examines modern trends in the development of cultural and leisure activities in Russia. The author emphasizes the importance of various forms of this activity, such as aesthetic, entertainment, educational and recreational, and notes that special institutions play a key role in organizing the cultural space of cities and regions. The study of the range of cultural services, including cinematography, theatrical and artistic trends, demonstrates the versatility of culture as a sphere. In conclusion, it is emphasized that cultural and leisure activities not only enrich the leisure of citizens, but also contribute to the formation of the cultural identity of society.*

В условиях глобализации и цифровизации, актуальность изучения культурно-досуговой деятельности в России возрастает, так как она отражает не только социокультурные характеристики страны, но и потребности современного общества.

В настоящее время развиваются различные формы культурно-досуговой деятельности: эстетические, развлекательные, образовательные, рекреационные и др. Предоставлением данного вида услуг занимаются специальные учреждения, играющие важную роль в организации культурного пространства территории (города, региона) [2, 3].

Виды деятельности, которые могут быть отнесены к сфере культуры разнообразны и перечень является открытым ввиду их многообразия: кинематография, музейное и библиотечное дело, культурно-досуговая, цирковая, культурно-просветительская деятельности и театрально-концертная, декоративно-прикладное и изобразительное искусство, содержание и реставрация памятников истории и культуры, телевидение и радиовещание, краеведение и историко-архивная деятельность [5].

Наиболее распространенным типом учреждений культуры в Российской Федерации, наряду с библиотеками, являются культурно-досуговые организации, которые составляют примерно 48% от общего числа подобных учреждений (рис. 1) [4].

Данная статистика позволяет заключить, что культурно-досуговые организации играют ключевую роль в поддержании и развитии социально-культурной интеграции, а также в удовлетворении потребностей населения в досуге и культурном обогащении.

Таким образом, можно утверждать, что эти организации являются важным элементом культурной инфраструктуры страны и способствуют формированию активного гражданского общества.

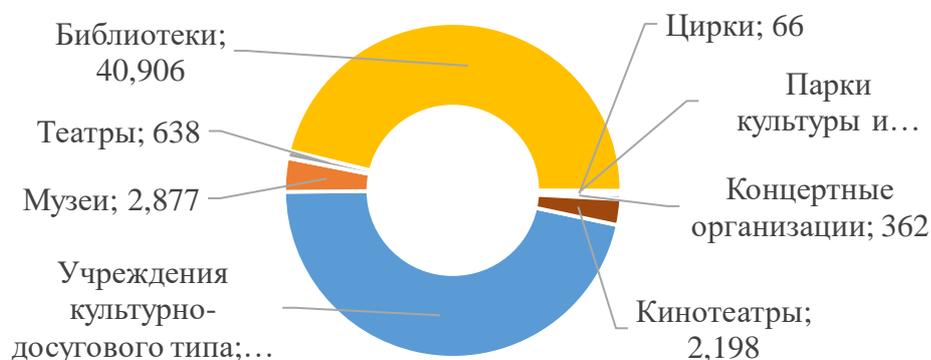


Рис. 1. Количество учреждений культуры РФ в 2022 г. по типам учреждений (единиц)

Наибольший интерес для посетителей в 2022 г. представляли музеи (30%) и кинотеатры (22%) – на их долю приходится более половины всех посещений, на третьем месте учреждения культурно-досугового типа (17%), далее библиотеки (13%).

Анализ предпочтений населения по типам учреждений представлен на рис. 2.

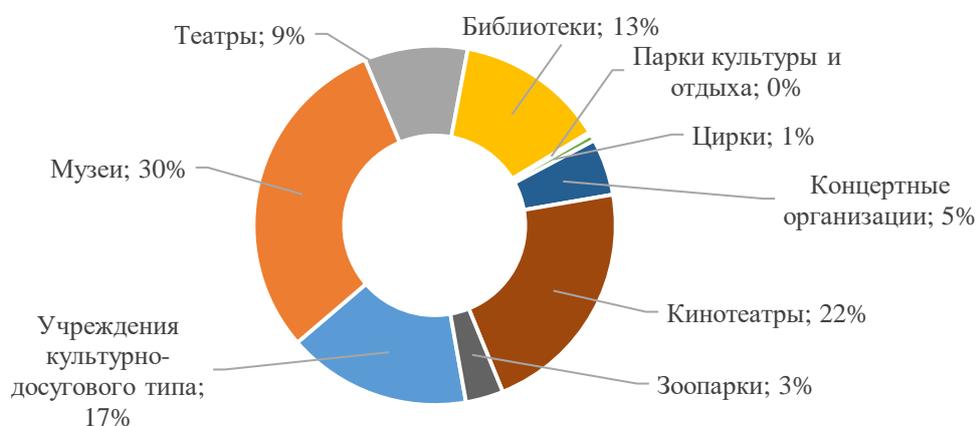


Рис. 2. Структура посещений учреждений культуры РФ в 2022 г. по типам учреждений (%) [6]

Как мы видим из рисунка 3 на конец 2022 г. в РФ действовало 41 180 организаций культурно-досугового типа, что меньше уровня 2010 г. на 9,4%, также заметна тенденция снижения численности участников в платных мероприятиях организаций, несмотря на рост последних лет после пандемии, уровень участия не восстановился к допандемийным и составил в 2022 г. 63,4 млн. человек, что почти в два раза меньше допандемийного уровня.

При этом количество мероприятий, проводимых культурно-досуговыми организациями, восстановился и составил в 2022 г. 7,6 млн мероприятий, для сравнения в 2019 г. проводилось 8,0 млн., а в 2010 г. – 7,9 млн. мероприятий.



Рис. 3. Динамика количества учреждений культурного-досугового типа и числа участников платных мероприятий в РФ [6]

Оценивая равномерность расположения культурно-досуговых организаций по территории страны, следует отметить их наибольшее распространение в Приволжском (28%) и Центральном (21%) федеральных округах, которые являются наиболее заселенными территориями страны (рис. 4).

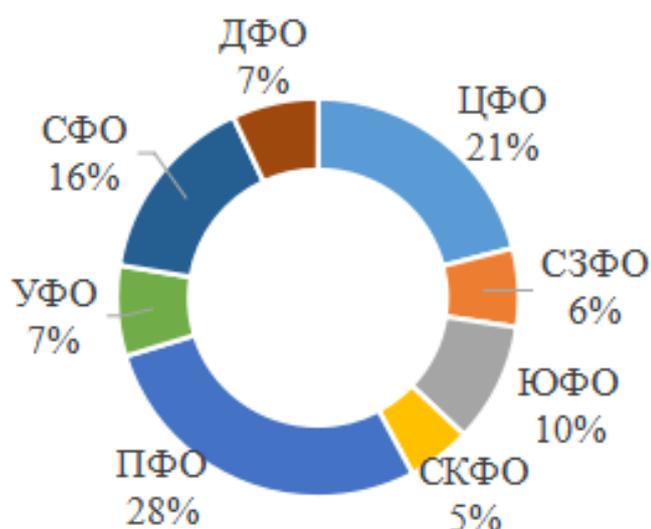


Рис. 4. Доля учреждений культурного-досугового типа по федеральным округам РФ в 2022 г. [6]

Данные о динамике числа музеев и их посещаемости подтверждают высокий интерес населения к данному виду досуга. С 2010 г. по настоящее время наблюдается устойчивый рост количества данного типа учреждений (с 2 478 ед. в 2010 г. до 2 877 ед. в 2022 г. – рост 16,1%).

Посещаемость музеев имеет абсолютную тенденцию к росту, уровень посещаемости практически полностью восстановился к допандемийным значениям и составил в 2022 г. 115,5 млн человек.

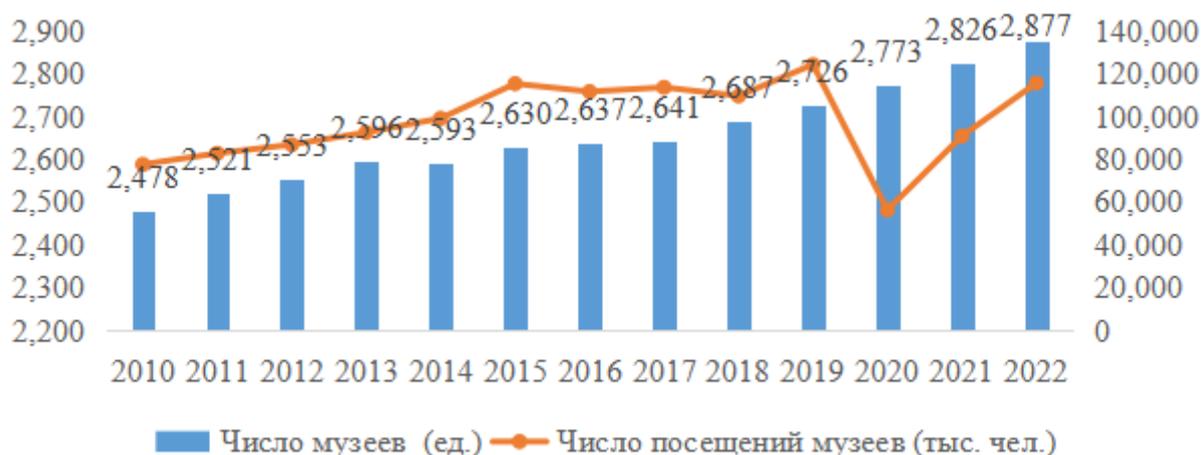


Рис. 5. Динамика числа музеев и их посещений в РФ [6]

Музеи обретают новую популярность и становятся центром притяжения как для туристов, так и для местных жителей. Это обусловлено влиянием многих факторов, в частности доступность и разнообразием предлагаемого контента, от международных выставок до современных инсталляций, а также проведение образовательных курсов, мастер-классов, образовательных лекций, квестов и других форматов работы, которые способны поддерживать интерес к деятельности этих учреждений. Музеи адаптируются к современным условиям за счет внедрения в свою деятельность инновационных технологий, таких как виртуальная реальность, интерактивные экспозиции, мобильные приложения, что позволяет им удовлетворять интересы различных групп населения, в том числе более молодого поколения. Такое сочетание технологических, культурных и социальных факторов способствует росту популярности музеев.

На основании проведенного анализа, было установлено, что лидирующими регионами по уровню посещаемости музеев являются Северо-Западный и Центральный федеральные округа, на которые, соответственно, приходится 28% и 31% от общего числа посещений. При этом наибольшее количество музеев сосредоточено в Центральном (24%) и Приволжском (10%) федеральных округах. Стоит отметить, что доля Северо-Западного федерального округа составляет лишь 10% от общего числа музеев федерального значения, что демонстрирует определенные дисбалансы в культурной инфраструктуре страны (рис. 6).

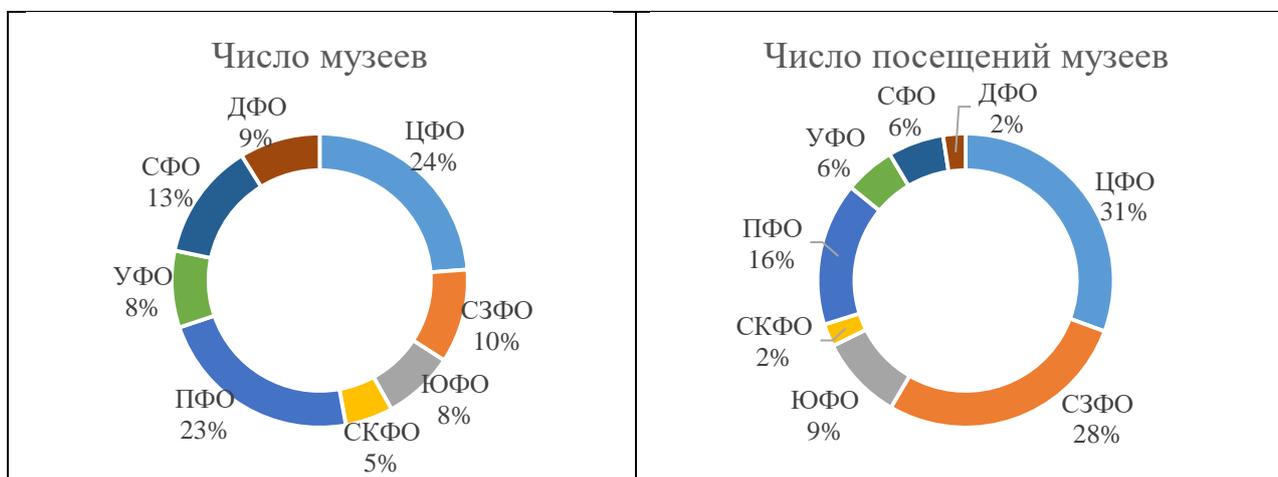


Рис. 6. Доля музеев и их посещаемость по федеральным округам РФ в 2022 г. [6]

Таким образом, можно заключить, что динамика посещаемости музеев характеризуется выраженной региональной спецификой, что указывает на необходимость дальнейшего изучения факторов, способствующих формированию таких тенденций.

Оценивая показатели деятельности театров в РФ, можно заключить, что их численность также выросла за исследуемый период (на 10% с 2010 г.), что свидетельствует о разнообразии предложения в данной секторе сферы культуры. Интерес к деятельности данного типа учреждений подтверждается ростом числа посещаемости зрителей театров с 36,6 млн человек в 2019 г. до 35,5 млн человек в 2022 г. (рис. 7).



Рис. 7. Динамика количества театров и числа их посещений в РФ за 2010–2022 гг. [6]

Последние три десятилетия значительно изменили культурный досуг россиян. Повсеместная цифровизация многих аспектов жизни, широкое распространение Интернет, привели к значительному сокращению числа посетителей библиотек и книжных магазинов, которые не могут обеспечить нужный уровень вовлечения. В то же время те формы досуга, которые основаны на уникальном и незаменимом опыте, который невозможно перенести в цифровую среду, такие как театр, выставки, музеи, не только не утратили своей популярности, но и стали внедрять элементы цифровизации в свою деятельность, что еще больше способствует интересу к их деятельности. Таким образом, театры и музеи остаются актуальными и популярными в эпоху цифровизации благодаря уникальному опыту, социальным взаимодействиям и инновационным подходам к культурному представлению. Это подчеркивает важность не только сохранения культурного наследия, но и его эволюции в условиях быстро меняющейся цифровой среды [1].

Список литературы

1. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ). Тренды культурного досуга: 1992–2022 [Электронный ресурс]. – URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/trendy-kulturnogo-dosuga-1992-2022> (дата обращения: 25.08.2024).
2. Каменец, А. В. Экономика социально-культурной сферы: монография [Текст] / А. В. Каменец. – М.: КНОРУС, 2020. – 230 с. – ISBN 978-5-7139-1153-9
3. Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 №317 (ред. от 26.12.2023) «Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие культуры» [Электронный ресурс] // СПС КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_162185/8d37c0aee61448e3ddb60eb5b3eb856ca2abff01/ (дата обращения: 22.08.2024).
4. Распоряжение Правительства РФ от 29.12.2016 г. № 326–р «Об утверждении Стратегии государственной культурной политики на период до 2030 года» [Электронный ресурс] //

СПС КонсультантПлюс. – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_194820/
(дата обращения: 22.08.2024).

5. Система муниципального управления [Текст] / В. Б. Зотов, А. А. Сапожников, О. С. Сёмкина [и др.]; под ред. В. Б. Зотова. – Москва: КноРус, 2021. – 679 с. – ISBN 978-5-406-08137-2.
6. Федеральная служба государственной статистики. ЕМИСС: официальный сайт [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.fedstat.ru> (дата обращения: 25.08.2024).

УДК 911.9

Тищенко Виктория Николаевна,
магистрант 1 курса, направление подготовки «Туризм»
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецк

Ибрагимова Александра Владимировна,
научный руководитель, кандидат экономических наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики
и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецк

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ РЫНКА ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ РАЗВИТИЯ ТУРОВ ВЫХОДНОГО ДНЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *внутренний туризм, туры выходного дня, совершенствование, военно-патриотический туризм, промышленный туризм.*

АННОТАЦИЯ. *В статье исследована роль туров выходного дня в развитии рынка внутреннего туризма. Оценен уровень развития внутреннего туризма и туров выходного дня на территории России. Разработаны туры выходного дня, способствующие развитию внутреннего туризма на территории ДНР.*

Tishchenko Victoria Nikolaevna,
1st year undergraduate, the field of study "Tourism"
Donetsk National University of Economics
and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk

Ibragimova Alexandra Vladimirovna,
Scientific supervisor, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Donetsk National University of Economics
and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk

IMPROVEMENT OF THE DOMESTIC TOURISM MARKET BASED ON THE DEVELOPMENT OF WEEKEND TOURS

KEYWORDS: *domestic tourism, weekend tours, improvement, military-patriotic tourism, industrial tourism.*

ANNOTATION. *The article examines the role of weekend tours in the development of the domestic tourism market. The level of development of domestic tourism and weekend tours in Russia has been assessed. Weekend tours have been developed to promote the development of domestic tourism in the territory of the DPR.*

Актуальность темы исследования определена тем, что в настоящее время туристская индустрия является одним из перспективных направлений, возможности которого целесообразно использовать для развития экономики. Совершенствование внутреннего туризма способно стать источником финансовых поступлений в экономическую систему страны и стабилизировать рынок труда. Развитие внутреннего туризма в России в настоящее время официально признано стратегическим приоритетом.

Современный темп жизни характеризуется изменчивостью, высоким уровнем занятости людей, которые не могут выделить время на отпуск, посетить долговременную экскурсию или тур. Решением данной проблемы выступают туры, которые проводятся в выходной день. Такие туры дают возможность туристам всего за несколько дней ознакомиться с природными и культурными достопримечательностями, активно провести выходные, отвлечься от повседневной жизни.

Цель исследования – проанализировать развитие туров выходного дня как одного из направлений совершенствования рынка внутреннего туризма.

В последние годы отмечается тенденция сокращения путешествий по продолжительности и расстоянию. Это дает стимул туроператорам для создания интересных предложений для туристов, которые не смогли получить длительный отпуск и ограничиваются уикендом.

На территории Российской Федерации туры выходного дня являются достаточно распространенным направлением и только набирают свою популярность среди путешественников. Согласно данным Ассоциации туроператоров России, в 2023 году количество организованных туров выходного дня увеличилось на 20% в сравнении с предыдущим годом. На 2023 год в топе городов-лидеров туров выходного дня главенствующие позиции занимает Санкт-Петербург, города Золотого кольца, Казань и т. д. Также данные города находятся в ТОП-7 бюджетных направлений туров выходного дня стоимостью меньше 10 тысяч рублей (рис. 1) [2]. Особой популярностью туры выходного дня пользуются среди российских туристов, имеющих собственный транспорт, на котором можно свободно и за короткий срок добраться к месту туристского интереса.

Для выявления особенностей развития туров выходного дня в России необходимо проанализировать структуру услуг, предоставляемых туроператорами, ведь по своей сути туры выходного дня, как и в целом внутренний туризм, являются многогранными. Отразим распределение основных видов внутреннего туризма, которые предложены туроператорами на рынке краткосрочных путешествий в России (рис. 1).

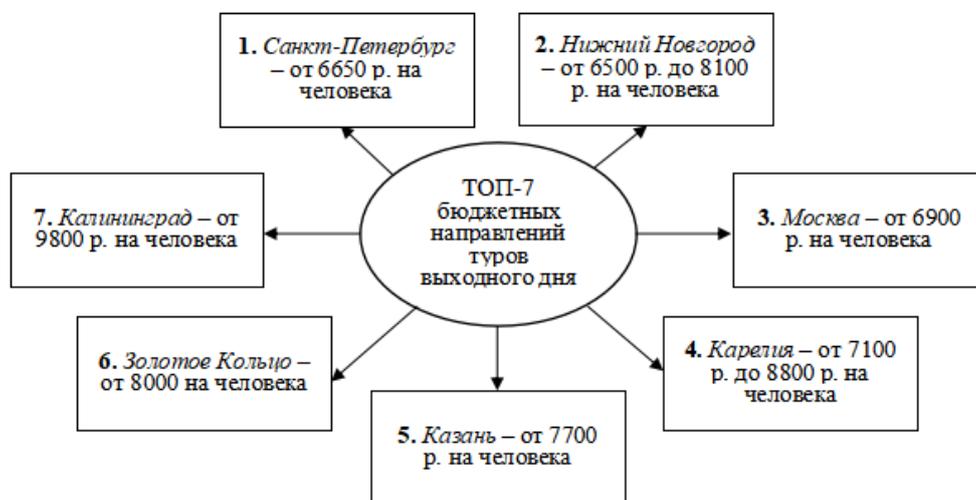


Рис. 1. ТОП-7 бюджетных направлений туров выходного дня до 10 тыс. руб.

Данные рисунка свидетельствуют, что наиболее распространенными видами туристских путешествий на 1-3 дня являются культурно-познавательный, рекреационный и зеленый виды туризма.

Такие туры распространены во всех регионах Российской Федерации, однако все территории можно условно поделить на определенные группы, в которых большее распространение и развитие получили различные виды туров.

Согласно исследованиям различных ученых, можно сделать вывод, что для каждого региона России присущи определенные группы видов туризма, что обусловлено наличием, как природных, так и культурно-исторических ресурсов, развитием туристской инфраструктуры и т. п.

Практически во всех регионах Российской Федерации достаточно активно развиваются военно-патриотические и промышленные направления туров выходного дня, которые интересны как местным жителям, так и приезжим туристам. В таблице 1 указаны одни из самых востребованных туров выходного дня по данным направлениям.

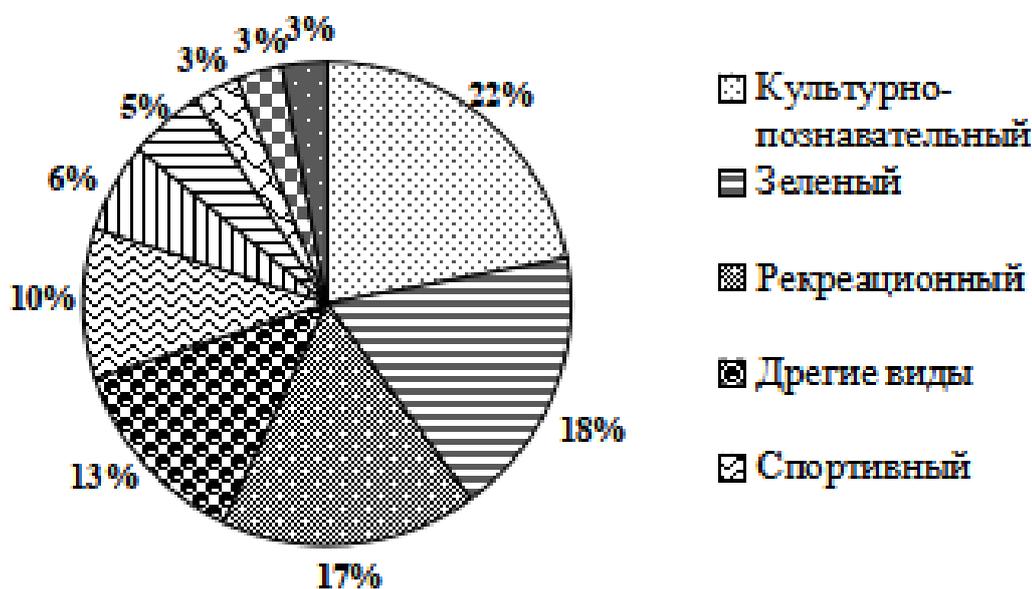


Рис. 2. Структура видов туров выходного дня в России, %.

В современных условиях, когда активно происходят процессы трансформации и изменений в политической сфере, а также в связи со сложившейся обостренной политической ситуацией в мире, на передний план выходит вопрос военно-патриотического воспитания школьников и молодежи.

Одним из нестандартных путей решения этого вопроса выступает военно-патриотический туризм. Данный вид туризма в последнее время получил большой спрос, из-за военных действий на территории государств, подъема патриотизма и милитаризации населения [3, с. 22].

С целью развития внутреннего туризма на территории Донецкой Народной Республики, были разработаны туры выходного дня, носящие образовательный и воспитательный характер для подрастающего поколения – тур выходного дня «Помните! Через века, через года...», а также для всех категорий туристов – «Белая Лилия Сталинграда».

Детский военно-патриотический тур выходного дня «Помните! Через века, через года...». Цель создания маршрута – приобщение подрастающего поколения к истории своей страны и родного края, уважение памяти о прошлом; воспитание чувства патриотизма и гордости за прошлое и настоящее России.

Таблица 1.

Туры выходного дня промышленного и военно-патриотического направления в России

Направление	Название тура	Область (предприятие)
Военно-патриотический туризм	«Николай Герасимович Кузнецов. Судьба, беспокойная как море»	Архангельская область
	«Непобедимый адмирал Ушаков»	Республика Мордовия
	«Партизанскими тропами Брянщины»	Брянская область
	«Российскому флоту быть!»	Калининградская область
	«Война – жестче нет слова»	Смоленская область
	«Ульяновск тыловой»	Ульяновская область
	«Родина маршала Жукова»	Калужская область
	«Петропавловск-Камчатский. По местам воинской славы»	Камчатский край
Промышленный туризм	«Сила угля Кузбасса»	Кемеровская обл., АО «Кузбассразрезуголь»
	«Цифровое золото»	Красноярский край, город Норильск «Гигаватт»
	«Крепче стали то, что сделано руками!»	Тюменская область, Тюмень «СВЕЗА Тюмень»
	«Укрощение водной стихии»	Респ. Башкортостан, с. Павловка Павловская ГЭС им. Б.И. Можяева
	«Ореховый рай»	Томская область, Петрово Экофабрика «Сибирский»
	«Секрет пивоваров «Хмелёфф»	Рязанская обл., «Пивоваренная компания «Хмелёфф»
	«Эра полимера»	Иркутская обл., Иркутская нефтяная компания (ИНК)
	«Высота 239 м»	Челябинская обл., «ТМК Трубопроводные решения»
	«Золотая хохлома – душа России»	Нижегородская обл., г. Семенов

Маршрут путешествия: Донецк – Кожевня – Дмитровка – Красный Луч – Донецк – Мариуполь – Донецк. Продолжительность путешествия: 3 дня

Технологическая карта тура выходного дня представлена в таблице 2.

Таблица 2.

Технологическая карта тура «Помните! Через века, через года...»

Дни тура	Населенные пункты, расстояние между ними, время прибытия в пункт и выезд из него	Наименование объектов туристической индустрии, оказывающих услуги и условия размещения	Запланированные туристические и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечислением основных объектов показа)

Продолжение таблицы 2.

1 день	10:50-11:00 посадка в арендованный автобус на в парковке возле гостиницы и выезд на хутор Кожевня (106 км); 13:00 прибытие; 13:25 выезд из хутора в с. Дмитровка (8 км); 13:35/40	3-звездочная гостиница «Atlas Hotel» в г. Донецк; Кинотеатр «Звездочка» в центре Донецка	Обзорная автобусная экскурсия по Донецку «Донецк –город-герой» (памятник полковнику Ф. А. Гринкевичу; памятник Н. Ф. Ватулину; памятник Джону Юзу; памятник на месте расстрела подпольщиков; шурф шахты 4-4 бис;
	прибытие; 15:45 отправление в Красный Луч (35 км); 16:30 прибытие; 16:50 выезд в Снежное (25 км); 17:20 прибытие; 17:50 выезд в Донецк (80 км); 19:50-20:00 прибытие в Донецк		Памятник Толбухину; Парк Победы; Аллея Ангелов; Аллея Героев); Экскурсия «Белая Лилия Сталинграда» (курган Саур-Могилы, Рукотворный памятник И. В. Сталину (танк ИС-2М), место гибели Лидии Литвяк на хуторе Кожевня, Стела «Родина-Мать» в Дмитровке, братская могила № 19 в Дмитровке, музей Шахтерской средней школы с. Дмитровка, памятник Литвяк в Красном Луче)
Дни тура	Населенные пункты, расстояние между ними, время прибытия в пункт и выезд из него	Наименование объектов туристической индустрии, оказывающих услуги и условия размещения	Запланированные туристические и экскурсионные услуги. Наименование экскурсий (с перечислением основных объектов показа)
2 день	10:00 выезд из Донецка в Мариуполь (115 км); 10:45-10:55 прибытие в город; 17:45-18:00 возвращение в Донецк	Гостиница «Atlas Hotel» в г. Донецк; Донецкий государственный академический театр оперы и балета имени А. Б. Соловьяненко	Экскурсия по Мариуполю «Непоколебимый Мариуполь» (памятник Металлургу при въезде в город, завод «Азовсталь», памятник жертвам фашизма, Драматический театр, Монумент Победы «Воин-освободитель», памятник морякам Азовья, памятник Толе Балаухе, памятник морякам-десантникам, памятник генералу Маргелову, памятник бабушке с флагом).
3 день	-	Донецкий республиканский краеведческий музей	-

Следующий тур выходного дня «Белая Лилия Сталинграда». Тема: По местам боевой славы Лидии Литвяк. Цели: познавательная, рекреационная, воспитательная. Целевая аудитория: туристы из городов ДНР, ЛНР, России. Протяженность: 156 км.

Литвяк Лидия (Лилия) Владимировна – советская лётчица-ас истребительной авиации, командир авиационного звена, гвардии младший лейтенант, самая результативная женщина-пилот Второй мировой войны, Герой Советского Союза (5.05.1990, посмертно).

Программа маршрута представлена в таблице 3.

Таблица 3.

Программа тура выходного дня «Белая Лилия Сталинграда»

Время	Действия
9:00	Выезд
11:30	Прибытие на хутор Кожевня, осмотр места гибели Лидии Литвяк
12:30	Прибытие в Дмитровку
12:50-14:30	Общая экскурсия по местам боевой славы Лидии Литвяк (Стела «Родина-Мать», братская могила)
14:30-15:00	Обед в кафе «Жасмин»
15:30-16:30	Посещение музея Шахтёрской средней школы села Дмитровка
17:00	Отправление в Красный Луч
18:30-19:30	Прибытие в Красный Луч и посещение памятника Лидии Литвяк
20:00	Ужин в Красном Луче в кафе «Улыбка»
21:00	Ночевка в отеле Красного Луча «Гостевой»
9:30	Отправление в Снежное
11:00	Завтрак в кафе «Восток»
12:30	Окончание экскурсии, отправление в Донецк
16:00	Прибытие в Донецк

Такое направление туров выходного дня как промышленный, развивается на территории России быстрыми темпами. Промышленный туризм рассматривается как стратегически важное направление развития туризма в контексте богатого индустриального наследия Российской Федерации, необходимости диверсификации экономики моногородов [1, с. 101].

Донецкая Народная Республика является промышленным регионом, славящимся своими промышленными предприятиями, шахтами и трудолюбивыми жителями. Исходя из этого, перспективным направлением в рамках тура выходного дня является разработанный экскурсионный квест-тур по промышленным предприятиям ДНР «Познай вкус Донецка».

Согласно мировому опыту и проведенному исследованию наиболее доступными, наиболее посещаемыми и соответственно наиболее прибыльными с позиции промышленного туризма являются предприятия пищевой промышленности ДНР (табл. 4). Посещение таких предприятий дает возможность экскурсантам проникнуть в тайны производственного процесса, познакомиться с современными технологиями, стать свидетелями всего цикла создания продукции.

Таблица 4.

Наиболее привлекательные и открытые для посещения объекты предприятия пищевой промышленности Донецка (ДНР)

Наименование	Место нахождения
ООО «Лаконд» («АВК»)	г. Донецк, ул. Чемпионная, 80
ТМ «Крошка Енот»	г. Донецк, пр. Ильича, 27
ООО Торговый дом «Горняк» (ТМ «Геркулес»)	г. Донецк, ул. Луговцова, 1
ДП «Тор» (ТМ «ДонКо»)	г. Донецк, ул. Кирова, 54а
ООО ПКФ «Оникс» (ТМ «Лучиано»)	г. Донецк, ул. Куйбышева, 200

Общие положения экскурсионного квест-тура по промышленным предприятиям ДНР представлены в таблице 5.

Таблица 5.

Общие положения организации экскурсионного квест-тура в рамках тура выходного дня

Время проведения	Будние дни в 10.00
Продолжительность	2,5 часа + мастер-класс
Стоимость экскурсии	150 рублей
Максимальное количество человек в группе	2 группы по 5-10 человек
Внешний вид	Рекомендуется удобная обувь, так как пол может быть скользким. Администрация предоставляет бахилы, шапочки-шарлотки и халаты, а также все необходимые принадлежности для прохождения квест-экскурсии.

Таким образом, каждый регион России имеет большой потенциал для развития туризма и может быть интересным для ознакомления своим природно-ресурсным и культурно-историческим потенциалом. Это создает все необходимые условия для эффективного развития туров выходного дня, как одного из направлений внутреннего туризма в России.

Также мы пришли к выводу, что для развития такого вида туризма необходима разработка нового турпродукта, в котором будет предоставлена возможность отдыха людям всех возрастов и учтены все пожелания потребителей. Поэтому были предложены три туры выходного дня военно-патриотической и промышленной направленности.

Список литературы

1. *Антонец, В. Г.* Направления разработки проекта программы развития промышленного туризма в регионе / В. Г. Антонец // Менеджер: науч. Журн. – 2017. – №1. – 101 с.
2. Ассоциация Туроператоров России. Туры выходного дня: топ самых бронируемых направлений в России [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.atorus.ru/node/53250> (дата обращения: 09.09.2024).
3. *Булыгина, И.И.* Патриотический туризм как эффективное средство воспитания // Профессиональное образование в России и за рубежом, 2023. – № 4 (24). – 22 с.

УДК 332.1

Чаплыгина Ангелина Игоревна,

бакалавр 2 курса, направление «Экономика»,
профиль «Бухгалтерский учет, анализ и аудит»

Шалимов И.В.,

научный руководитель, ст. преподаватель
ГОАУ ВО Курской области «Курская академия
государственной и муниципальной службы», Курск

**РАЗВИТИЕ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА КАК ДРАЙВЕР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА
И СОХРАНЕНИЯ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *сельский туризм, культурное наследие, стимулирование экономического роста, развитие инфраструктуры, диверсификация сельской экономики.*

АННОТАЦИЯ. *Статья посвящена исследованию роли сельского туризма в стимулировании экономического роста и сохранении культурного наследия. Рассматриваются ключевые*

аспекты развития сельского туризма, его влияние на местную экономику, занятость населения, а также сохранение традиционных культурных практик и наследия. Предлагаются рекомендации по созданию благоприятных условий для роста сельского туризма и сохранения культурного наследия.

Chaplygina Angelina Igorevna,

2nd year Bachelor's degree in Economics,
profile «Accounting, analysis and Audit»

Shalimov I.V.,

scientific supervisor, senior lecturer
Kursk Regional State Educational Institution "Kursk Academy
of State and Municipal Service", Kursk

DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM AS A DRIVER OF ECONOMIC GROWTH AND PRESERVATION OF CULTURAL HERITAGE

KEYWORDS: *rural tourism, cultural heritage, stimulating economic growth, infrastructure development, diversification of the rural economy.*

ANNOTATION.*The article is devoted to the study of the role of rural tourism in stimulating economic growth and preserving cultural heritage. The key aspects of rural tourism development, its impact on the local economy, employment, as well as the preservation of traditional cultural practices and heritage are considered. Recommendations are offered to create favorable conditions for the growth of rural tourism and the preservation of cultural heritage.*

Сельский туризм является одной из быстро развивающихся отраслей мирового туризма, предлагая уникальные возможности для стимулирования экономического роста, создания рабочих мест и сохранения культурного наследия. Он позволяет туристам погрузиться в аутентичную сельскую жизнь, насладиться природными красотами и открыть для себя традиционные культуры и обычаи местных сообществ [1, с. 28].

Сельский туризм в последние десятилетия становится важным элементом глобальной туристической индустрии [2, с. 135]. В то время как массовый туризм сосредоточен на крупных городах и популярных курортных зонах, сельский туризм предлагает возможности для экономического роста и социального развития сельских регионов. Эта форма туризма не только способствует развитию местных экономик, но и способствует сохранению культурного и природного наследия. В условиях глобализации и урбанизации сельский туризм становится важным фактором устойчивого развития регионов.

Экономический потенциал сельского туризма наиболее ярко выражается в:

1. Создании рабочих мест и поддержка малых предприятий. Сельский туризм является значимым источником занятости в сельских регионах. Он стимулирует развитие инфраструктуры и услуг, таких как гостиницы, рестораны, транспорт и культурные мероприятия. Большинство сельских туристических объектов принадлежат малым и средним предприятиям, что позволяет развивать локальный бизнес и уменьшать миграцию населения в города [3, с. 223]. Новые рабочие места создаются как в сфере обслуживания туристов, так и в сопутствующих секторах: сельском хозяйстве, ремесленничестве, торговле.

2. Инвестициях в инфраструктуру. Развитие туризма требует улучшения инфраструктуры: дорог, электроснабжения, связи и водоснабжения. Эти инвестиции не только улучшают качество жизни местных жителей, но и создают условия для привлечения большего числа туристов. Инфраструктурные проекты также могут способствовать развитию новых

видов туристической активности, таких как агротуризм, экотуризм и культурный туризм [4, с. 597].

3. Диверсификации сельской экономики. Традиционная сельская экономика, основанная на сельском хозяйстве, часто сталкивается с рисками, связанными с изменением погодных условий, колебаниями цен на продукцию и изменениями в спросе на рынке. Туризм позволяет диверсифицировать доходы и снизить зависимость от одного экономического сектора. Сельский туризм включает различные формы отдыха и досуга: от проживания на фермах до экскурсий по природным и культурным объектам, что способствует появлению новых направлений экономической деятельности.

Сельский туризм может играть решающую роль в стимулировании экономического роста, особенно в сельских районах, где альтернативные источники дохода могут быть ограничены. Кроме того, сельский туризм стимулирует местные экономики за счет увеличения расходов туристов на проживание, питание, развлечения и сувениры. По данным Всемирной туристской организации, сельский и экологический туризм вносят значительный вклад в экономику многих стран, обеспечивая занятость более чем 50 миллионов человек по всему миру [5, с. 84].

Сохранение культурного наследия через сельский туризм проявляется в:

1. Поддержке традиционных ремесел и обычаев. Туристы, посещающие сельские регионы, часто интересуются местными обычаями, ремеслами и культурными мероприятиями. Это стимулирует сохранение и возрождение традиционных навыков, таких как ткачество, гончарство, изготовление изделий из дерева и других народных промыслов. Местные мастера получают возможность продемонстрировать свои навыки и знания, а также продавать свою продукцию, что создает дополнительный доход.

2. Сохранении архитектурного наследия. В некоторых сельских регионах существуют уникальные исторические здания и архитектурные ансамбли, которые могут привлекать туристов. Благодаря доходам от туризма у местных сообществ появляется возможность поддерживать в хорошем состоянии эти объекты культурного наследия. Часто сельский туризм включает в себя экскурсии по старинным усадьбам, церквям и другим историческим зданиям, что позволяет сохранить эти объекты и передать их будущим поколениям.

3. Устойчивом использовании природных ресурсов. Экотуризм, как часть сельского туризма, способствует сохранению природных ресурсов, таких как леса, реки, озера и горы. Многие туристы приезжают в сельские регионы ради уникальных природных ландшафтов и экологических маршрутов. Это стимулирует местные власти и сообщества к сохранению природных ресурсов, внедрению экологически чистых технологий и созданию охраняемых природных территорий.

Несмотря на значительный потенциал, сельский туризм сталкивается с рядом проблем и вызовов. Среди них можно выделить недостаточное финансирование инфраструктурных проектов, ограниченный доступ к маркетинговым ресурсам, нехватку квалифицированного персонала и отсутствие четкой государственной стратегии поддержки сельского туризма. Кроме того, негативные последствия массового туризма, такие как загрязнение окружающей среды и разрушение культурных объектов, могут стать угрозой для устойчивого развития.

Перспективами развития сельского туризма могут выступать:

1. Государственная поддержка и программы субсидий.

Для успешного развития сельского туризма необходима активная поддержка со стороны государства. Программы субсидий и грантов могут стимулировать развитие туристической инфраструктуры, поддержку малых предприятий и сохранение культурных объектов. Также важно создавать образовательные программы и курсы для подготовки кадров в сфере туризма.

2. Развитие цифровых технологий.

Сельские регионы могут использовать современные цифровые технологии для продвижения туристических маршрутов и объектов. Развитие онлайн-платформ для

бронирования, продвижение через социальные сети, а также создание виртуальных туров и приложений с дополненной реальностью могут способствовать росту популярности сельского туризма.

3. Международное сотрудничество.

Сельский туризм может стать важным элементом международного сотрудничества. Обмен опытом между странами, развитие трансграничных туристических маршрутов и совместные программы по сохранению культурного наследия могут способствовать как экономическому росту, так и укреплению межкультурных связей.

Таким образом, сельский туризм обладает значительным потенциалом для экономического роста и сохранения культурного наследия. При правильном управлении и поддержке он может стать важным драйвером устойчивого развития сельских регионов. Улучшение инфраструктуры, поддержка традиционных ремесел и сохранение природы создают основу для долгосрочного экономического благополучия и культурного процветания.

Список литературы

1. *Баумгартен, Л. В.* Маркетинг гостиничного предприятия. Учебник / Л.В. Баумгартен. – М.: Юрайт, 2016. – 340 с.
2. *Белых, Д. И.* Оценка эффективности использования ресурсного потенциала сферы туризма субъекта РФ: инструментарий и способы повышения / Д. И. Белых, И. В. Шалимов // Актуальные вопросы устойчиво-го развития государства, общества и экономики : сборник научных статей 2-й Всероссийской научно-практической конференции, Курск, 02-03 ноября 2023 года. – Курск, 2023. – С. 134-138.
3. *Шалимов, И. В.* Оценка эффективности и результативности использования ресурсного потенциала предприятия / И. В. Шалимов, Г. А. Бондарева // Экономика, менеджмент, сервис: современные проблемы и перспективы : Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции, Омск, 14–15 ноября 2022 года / Редколлегия: Е.В. Яковлева (отв. ред.) [и др.]. – Омск: Омский государственный технический университет, 2022. – С. 222-225.
4. *Шалимов, И. В.* Рациональное управление природными ресурсами: сущность и особенности их использования / И. В. Шалимов, Г. А. Бондарева // Экология и природопользование: устойчивое развитие сельских территорий : Сборник статей по материалам III Всероссийской научно-практической конференции, Краснодар, 05–09 июня 2023 года / Отв. за выпуск А.Г. Максименко. – Краснодар: Кубанский государственный аграрный университет имени И.Т. Трубилина, 2023. – С. 595-598. – EDN FQTLGL.
5. *Шитов, В. Н.* Информационные технологии в туристской индустрии. Учебное пособие / В.Н. Шитов. – М.: КноРус, 2016. – 386 с.

УДК 379.85

Архипкина Анна Михайловна,

бакалавр 5 курса, направление «Педагогическое образование»,
профиль «Биология и География»

Андрянова И.Н.,

научный руководитель, старший преподаватель
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный
университет имени С.А. Есенина», Рязань

ДЕТСКИЙ ТУРИЗМ В РЯЗАНСКОЙ ОБЛАСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *детский туризм, туристический поток, дети, подростки, детский отдых*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассматривается детский туризм в Рязанской области. В работе представлены статистические данные о детском туризме. Рассматриваются мероприятия Рязанской области, которые вовлекают детей в изучение туризма региона.*

Arkhipkina Anna Mikhailovna,
bachelor of the 5th year, direction «Pedagogical education»,
profile «Biology and Geography»

Andrianova I.N.,
Scientific supervisor, senior lecturer
Ryazan State
University named after S.A. Yesenin, Ryazan

CHILDREN'S TOURISM IN THE RYAZAN REGION

KEYWORDS: *children's tourism, tourist flow, children, teenagers, children's recreation.*

ANNOTATION. *This article examines children's tourism in the Ryazan region. The paper presents statistical data on children's tourism. The events of the Ryazan region that involve children in the study of tourism in the region are considered.*

Детский туризм – это вид туризма, ориентированный на детей и подростков. Он включает в себя путешествия, развлечения, обучение и отдых, специально разработанные для удовлетворения потребностей и интересов детей.

Основные характеристики детского туризма:

- Ориентация на возрастные особенности: Программы и мероприятия адаптированы к возрасту, физическим и умственным способностям детей.
- Безопасность и комфорт: Особое внимание уделяется безопасности, комфортным условиям проживания и питания, а также наличию необходимой инфраструктуры.
- Развивающий характер: Детский туризм направлен на развитие познавательных, творческих, физических и социальных навыков детей.
- Интерактивность: включает активные формы участия детей в процессе путешествия: игры, квесты, творческие мастер-классы, экскурсии.
- Разнообразие: предлагает широкий выбор тематических направлений: исторические, природные, культурные, спортивные, образовательные, развлекательные.

Цели детского туризма:

- Отдых и развлечения: создать условия для полноценного отдыха и позитивных эмоций у детей.
- Образование и развитие: расширить кругозор детей, познакомить их с новой информацией, развить навыки.
- Социализация: способствовать формированию коммуникативных навыков, командного духа и умения взаимодействовать с окружающими.
- Креативность и творчество: создать условия для проявления творческих способностей детей.
- Укрепление здоровья: способствовать физическому развитию и укреплению здоровья детей.

К детскому туризму можно отнести: экскурсии в музеи, театры, зоопарки; посещение исторических мест и памятников архитектуры; туры на природу; спортивные лагеря и сборы; детские фестивали и конкурсы.

Детский туризм – это не только развлечение, но и важная составляющая гармоничного развития ребенка. Он способствует формированию личности, расширению кругозора, развитию интересов, а также создает незабываемые впечатления на всю жизнь. Многие эксперты считают, что в ближайшей перспективе детский туризм может и должен стать одним из приоритетных направлений развития туризма в России.

Современные программы детского отдыха играют важную роль в развитии подрастающего поколения. Это инвестиция в будущее, ведь именно сегодняшние дети станут активной силой в быстро меняющемся мире, стоящем на пороге новой индустриальной революции. Для успешной жизни в этом мире им необходимы высокий эмоциональный интеллект, умение взаимодействовать с окружающими, широкие знания, способность быстро учиться и осваивать новые навыки.

Детский туризм обладает очевидными экономическими преимуществами: он привлекает организованные группы туристов, что упрощает планирование и организацию; регулярные поездки в одно и то же время каждый год делают этот вид туризма предсказуемым и стабильным; даже в сложные периоды, люди всегда будут вкладывать средства в развитие детей, что гарантирует стабильность и развитие этого направления.

В России в 2023 году наблюдается беспрецедентный рост интереса к детскому туризму, что является уникальным явлением в новейшей истории страны, заявила член комитета Госдумы по туризму Алла Салаева. По ее словам, детские путешествия способствуют формированию у детей чувства принадлежности к своей стране и позволяют гармонично сочетать образование с яркими впечатлениями [6].

Наряду с системой туризма и отдыха детей в детских и подростковых летних оздоровительных учреждениях индустрия туризма генерирует детский туристский и экскурсионно-возрастной поток как в сегменте коммерческого, так и социального туризма.

В рамках исполнения поручения Президента РФ от 11.10.12 № Пр – 2705 с целью популяризации культурного наследия народов Российской Федерации и приобщения молодежи к истории и культуре России реализуется Национальная программа детского культурно познавательного туризма [2].

Туризм, как многоаспектное явление, может и должен способствовать образованию, воспитанию и творческому развитию детей. Что представляет собой проект «Живые уроки»? Это современный подход, когда учебные материалы дополняются практическими экскурсиями, что является одним из ведущих мировых трендов в подростковом туризме. Изучая школьные программы, становится очевидным, что практически в каждом уголке России можно организовать образовательные туры по различным дисциплинам, таким как история, география, биология, литература, физика, химия и математика. [4]

С учетом данных указанных проектов, по возрастному составу детский туристский поток можно оценить следующим образом (рис. 1.).

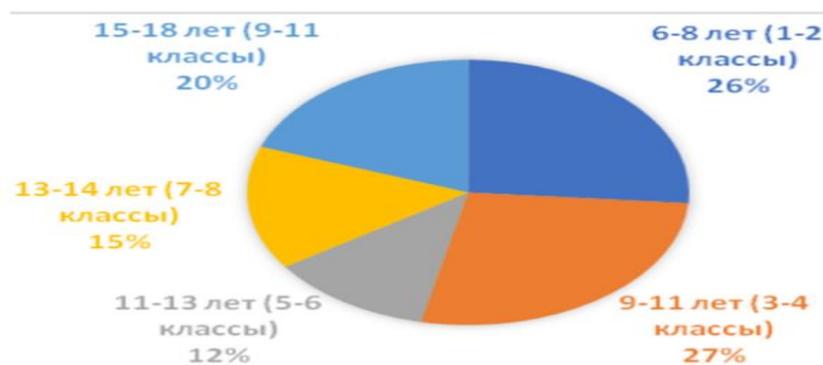


Рис. 1. Возрастная структура туристского потока в сфере детского туризма [1]

Наиболее заинтересованные в детском туризме дети в возрасте от 6 до 11 лет. Они составляют 53% от общего числа. Менее активно путешествуют старшеклассники (15-18 лет). Согласно данным, наименьший интерес к детскому туризму проявляют дети среднего школьного возраста от 11 до 14 лет.

В последнее время Рязанская область заметно прогрессирует в сфере детского туризма. 12 июля 2024 года прошло знаковое мероприятие «Человек собаке друг», приуроченное к Всемирному дню собак, которое стало толчком для развития этого направления в регионе.

Особенностью события было его ориентация на привлечение молодых путешественников. В рамках этого праздника на территории Рязанской ВДНХ – Торгового городка – были организованы развлекательные мероприятия для детей, включая возможность погладить собак, участие в интеллектуальных играх и раскраску больших картин.

Символом этого нового этапа в детском туризме стал образ Мампуса, любимой собаки академика Ивана Петровича Павлова (рис 2). Для проекта художники разработали анимационный образ Мампуса, который теперь украшает местную сувенирную продукцию.



Рис. 2. Символ нового направления детского туризма – Мампус. [1]

В рамках акции состоялась благотворительная ярмарка, где посетители могли получить буклеты с описанием программы детского путешествия по Рязани, приобрести изделия местных мастеров и символику проекта. Организаторы акции, Агентство развития туризма Рязанской области, пообещали передать всю прибыль от ярмарки в приют для бездомных животных «Лучшие друзья». [7]

6 и 7 сентября в Рязани прошел VII Международный форум древних городов, собравший экспертов в области межкультурного взаимодействия, архитектуры, градостроительства, развития туризма и культурных проектов. Форум не только объединил профессионалов, но и подарил горожанам яркое культурное событие. На Лыбедском бульваре развернулась насыщенная программа: фестиваль гончарного искусства, выступления фольклорных коллективов, театрализованное шествие по центральной улице Рязани и большой концерт с участием звездной группы.

Особое внимание уделялось маленьким гостям: для них были организованы детские зоны с играми, спектаклями от Рязанского театра кукол, крио-шоу, анимационными программами, логическими играми и аквагримом. Дети могли попробовать себя в мастер-классах по гончарному делу, плетению браслетов и рисованию.

В Рязанской области функционирует более 28 загородных лагерей для детей, а также 4 санаторно-курортных учреждения. Эти места обеспечивают детям безопасное и уютное пребывание. Каждый год более 12 тысяч юных отдыхающих выбирают Рязанскую область для летнего отдыха.

Многие из лагерей расположены в живописной курортной зоне, особенно привлекательна местность вокруг села Выползово, где лагеря находятся на экологически чистых участках у озера Сельное. Здесь дети размещаются в просторных и удобных корпусах, а развитая инфраструктура включает в себя спортивные площадки, танцевальные залы, конференц-центры, библиотеки и теннисные корты.

Некоторые детские лагеря в Рязанской области специализируются на оздоровлении. Они идеальны для школьников с ослабленным здоровьем. Лечебно-оздоровительные программы учреждений составлены так, что оздоровление в них не напоминает больничные условия. Дети могут полноценно отдыхать, выполняя предписанные специалистами процедуры. Для ребят, которые имеют какие-либо увлечения, подходят тематические лагеря.

В Рязанской области есть учреждения художественной направленности, которые специализируются на определенных интересах.

В 2018 году наблюдается устойчивый подъем интереса к специализированным и тематически ориентированным сменам. Особое внимание исследователей привлекает рост популярности детских языковых туров.

В сфере образовательного туризма появились новые направления, направленные на развитие способности к выработке идей, креативности, ораторскому мастерству и эффективному использованию времени. Развились и новые форматы стационарного детского туризма.

В период между сезонными пиками особую популярность приобрели образовательные лагеря, нацеленные на профессиональную ориентацию, а также лагеря, предлагающие интенсивное подготовительное обучение к экзаменам для старшеклассников во время осенних каникул.

Если говорить о тенденциях в различных видах детского туризма в зависимости от целей, то стоит выделить возрастающую важность многоцелевых программ. Такие программы объединяют разнообразные направления и акцентируют внимание на развитии социальных навыков, умения работать в команде, профессиональной подготовке и других важных аспектах (табл.1).

В последнее время наблюдается рост интереса к детскому спортивному туризму, который уступает лишь оздоровительному туризму по популярности. Образовательный туризм для детей теперь набирает обороты, опережая по популярности программы, нацеленные на укрепление здоровья. В то же время, программы, стимулирующие творческую активность у детей, остаются на втором плане [3].

Таблица 1.

Развитие детского туризма с детализацией по видам, % [3]

Вид туризма	2016	2018	2020
Детский смешанный туризм	66,96	91,5	93,4
Детский спортивный туризм	10,34	21,6	48,7
Детский образовательный туризм	4,45	19,5	26,3
Детский оздоровительный туризм	13,51	16,4	35,6

В настоящее время в Российской Федерации большое внимание уделяется государственной политике в сфере внутреннего и въездного туризма. Однако, несмотря на наличие большого числа мероприятий по реализации «Стратегии развития туризма в Российской Федерации», сектор детского туризма (в том числе отдыха в загородных лагерях) и его высокие цели отличается недостатком актуальной, полезной и независимой информации

об отрасли. Недостаточность регулярных и комплексных исследований препятствует пониманию рынка, его динамики и лежащих в ее основе тенденций. В частности, нет приведенных к общему знаменателю данных о потребительских предпочтениях, опасениях, рисках, а также о текущем уровне удовлетворенности родителей от мест отдыха их детей, хотя сегмент детского отдыха является преобладающей частью рынка детского туризма.

Детский туризм – это динамично развивающаяся сфера, которая становится все более популярной как среди родителей, так и среди детей.

В Рязанской области, как и во всей России, наблюдается значительный рост интереса к детскому туризму. Родители осознают, что путешествия способствуют развитию и стремятся обеспечить своим детям новые впечатления. Детский туризм предлагает разнообразные возможности: от обычных экскурсий до активного отдыха, образовательных программ и тематических лагерей. Современные детские туристические программы комбинируют обучающие элементы с развлечениями, делая поездки увлекательными и познавательными. Родители все больше обращают внимание на качество и безопасность детского туризма, выбирая проверенные программы и заботясь о комфорте своих детей.

Необходимо развивать инфраструктуру, которая ориентирована на детей и семьи: создание детских площадок, зон отдыха, специализированных транспортных средств, а также обучение персонала, работающего с детьми.

Рязанская область предлагает широкий выбор вариантов для детского отдыха, позволяя детям не только развлекаться, но и получать новые знания и навыки, развивать свой потенциал и готовить себя к будущей взрослой жизни.

В целом, детский туризм – это перспективная ниша с потенциалом для дальнейшего роста. Важно создавать разнообразные и качественные предложения, учитывая интересы детей и заботясь об их безопасности.

Список литературы

1. *Иванов, Н.Н.* Инфраструктура как обеспечивающая система в детско-юношеском туризме // В сб.: Детско-юношеский туризм: образовательные технологии: Сб. науч. тр. по мат. I Междунар. науч.-практ. конф. 2017. С. 93-99.
2. Проект Плана основных мероприятий до 2020 года, проводимых в рамках Десятилетия детства. URL: <https://rosmintrud.ru/docs/mintrud/analytics/143>
3. Хорева, Л.В., Королева Д.А. Услуги детско-юношеского туризма: современное состояние и перспективы развития // Детско-юношеский туризм: образовательные технологии: Сб. науч. тр. по мат. III Междунар. науч.-практ. конф. 2017. – С. 223-229.
4. Газета.ru [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.gazeta.ru/social/news/2023/12/07/21869941.shtml> (Дата последнего обращения 12.09.2024).
5. Детские лагеря [Электронный ресурс]. – URL: <https://sn.ria.ru/20171107/1507999034.html> (Дата последнего обращения 11.09.2024).
5. Живые уроки [Электронный ресурс]. – URL: <http://www.zhivye-uroki.ru/about/> (дата последнего обращения: 10.09.2024).
6. Мампус как символ детского туризма [Электронный ресурс]. – URL: <https://rv--ryazan.ru.turbopages.org/turbo/rv-ryazan.ru/s/mampus-kak-simvol-detskogo-turizma/> (Дата последнего обращения 11.09.2024).

УДК 379.85

Борисова Оксана Валерьевна,

SPIN-код: 2543-4104

бакалавр 4 курса, направление «Туризм»,

профиль «Услуги в туризме»

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им.
Н.А. Добролюбова», Нижний Новгород

Смирнова Ирина Павловна,

SPIN-код: 2543-4104

научный руководитель, старший преподаватель

ФГБОУ ВО «Нижегородский государственный лингвистический университет им.

Н.А. Добролюбова», Нижний Новгород

ИССЛЕДОВАНИЕ РЫНКА РЫБОЛОВНОГО ТУРИЗМА ВО ВЛАДИВОСТОКЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *туризм, рыболовный туризм, SWOT-анализ, туристский продукт, Приморский край.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлены SWOT-анализ туристского потенциала Приморского края для развития рыболовного туризма и анализ потребительских предпочтений для создания нового рыболовного турпродукта.*

Borisova Oksana Valeryevna,

SPIN code: 2543-4104

bachelor of the 4th year, direction «Tourism»,

profile "Services in tourism"

Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov, Nizhny Novgorod

Smirnova Irina Pavlovna,

SPIN code: 2543-4104

scientific supervisor, senior lecturer

Nizhny Novgorod State Linguistic University named after N.A. Dobrolyubov, Nizhny Novgorod

RESEARCH OF THE FISHING TOURISM MARKET IN VLADIVOSTOK

KEYWORDS: *tourism, fishing tourism, SWOT analysis, tourist product, Primorsky Krai.*

ANNOTATION. *The article presents a SWOT analysis of the tourist potential of Primorsky Krai for the development of fishing tourism and an analysis of consumer preferences for the creation of a new fishing tourism product.*

Актуальность исследования определяется ростом популярности рыболовного туризма в России и во Владивостоке в частности, что создает потребность в развитии инфраструктуры и услуг для туристов, а также возможность развития рыболовного туризма как одного из направлений диверсификации экономики Приморского края.

SWOT-анализ города Владивосток является важным инструментом для создания нового рыболовного тура на этой территории, поскольку он позволяет идентифицировать уникальные возможности, определить преимущества и слабости, выявить возможности для развития, оценить угрозы и риски, и обосновать принятие решений. Также поможет разработать эффективную программу мероприятий для привлечения туристов и успешной реализации тура.

Ниже представлен SWOT-анализ города Владивосток для развития рыболовного туризма (таблица 1).

На основании представленного SWOT-анализа можно сказать, что Владивосток обладает значительными ресурсами для развития рыболовного туризма, однако у него также есть слабые стороны, которые могут повлиять на его привлекательность для туристов.

Недостаточная развитость туристической инфраструктуры, высокие тарифы и ограничения визового режима могут отпугнуть потенциальных посетителей. Кроме того, наличие неблагоприятной экологической обстановки и недостаточная открытость региона для внешних инвесторов также могут негативно сказаться на развитии рыболовного туризма в Владивостоке. [2]

Таблица 1.

SWOT-анализ города Владивосток для развития рыболовного туризма

Сильные стороны	Слабые стороны
<p>1) Богатое водное биоразнообразие: Владивосток расположен на Дальнем Востоке России, недалеко от слияния Японского, Восточно-Китайского и Охотского морей, каждое из которых богато морской флорой и фауной, предоставляя рыболовам широкий выбор видов рыб для охоты;</p> <p>2) История и экономика Владивостока тесно связаны с рыболовством, обеспечивая прочную основу знаний и ресурсов для поддержки рыболовного сектора, основанного на туризме;</p> <p>3) Высока транспортная доступность (ж/д, морской, авто и авиасообщение);</p> <p>4) Прямое авиасообщение с городами Японии, Республики Кореи, КНР, КНДР, Таиланда и Вьетнама, а также с Москвой, Санкт-Петербургом, Сочи, Симферополем и со всеми крупными городами Дальнего Востока и Сибири;</p> <p>5) Наличие инфраструктуры для иностранных туристов, в городе установлены информационные таблички;</p> <p>6) Упрощенный визовый режим с 53 странами;</p> <p>7) Наличие уникального в России морского заповедника;</p> <p>8) Город был включен в межрегиональный туристский проект «Восточное кольцо России»;</p> <p>9) Наличие морских портов и удобных морских бухт;</p> <p>10) На территории Владивостока расположена игорная зона «Приморье».</p>	<p>1) Туристская инфраструктура развивается стихийно;</p> <p>2) Колебания в экономике России могут повлиять на инвестиции и расходы в рекреационных секторах, таких как туризм;</p> <p>3) Высокий уровень тарифов;</p> <p>4) Неблагоприятная экологическая обстановка;</p> <p>5) Недостаточная открытость Приморского края для внешних инвесторов;</p> <p>6) Проблемы развития морского экскурсионного туризма (отсутствие достаточного количества причалов для обеспечения безопасной и комфортабельной посадки пассажиров и туристов; неразвитая инфраструктура для организации яхт-клубов; административные и законодательные барьеры в части лицензирования на право перевозки пассажиров маломерным флотом);</p> <p>7) Конкуренция со стороны других направлений: другие мировые направления с устоявшейся репутацией в области рыболовного туризма могут превзойти предложение Владивостока.</p>
Возможности	Угрозы
<p>1) Привлечение инвестиций для построения специализированных марин и портов для организации рыболовных туров;</p> <p>2) Создание выгодных условий для граждан РФ при посещении Владивостока;</p> <p>3) Создание специализированных туроператоров, предоставляющих разнообразные программы для любителей рыбалки;</p> <p>4) Создание туристических маршрутов, объединяющих рыболовные места с достопримечательностями и культурными объектами города;</p> <p>5) Разработка программ по сохранению рыбных ресурсов и охране природы на основе устойчивых методов рыболовства;</p>	<p>1) Конкуренция с другими регионами России и мира, предлагающими аналогичные условия для рыболовного туризма;</p> <p>2) Ограничения воздействия человеческой деятельности на морскую биоразнообразность, в том числе введение запретов на рыбалку в определенные периоды;</p> <p>3) Политические и экономические факторы, включая введение санкций и изменение таможенных правил, способные ограничить турпоток в регионе;</p> <p>4) Ужесточение визового режима;</p> <p>5) Невозможность реализации проекта «Восточное кольцо России»;</p>

Продолжение таб 1

6) Участие в международных выставках и фестивалях для презентации возможностей рыболовного туризма в Владивостоке; 7) Улучшение экономической ситуации в стране и рост благосостояния населения.	6) Возможное ухудшение качества морской воды из-за антропогенных воздействий, что может отразиться на рыболовном туризме; 7) Рост цен на услуги и усложнение процедур для получения лицензий и разрешений для организации рыболовных туров; 8) Экономические трудности и финансовые потери, связанные с общим спадом в туристической индустрии, спровоцированным глобальными кризисами и проблемами.
---	--

Однако, при правильно разработанных заинтересованными структурами мероприятиях, таких как привлечение инвестиций, создание специализированных туроператоров и разработка устойчивых программ по сохранению рыбных ресурсов, Владивосток имеет значительный потенциал для успешного развития рыболовного туризма и привлечения большего числа туристов. Например, город входит в проект «Восточное кольцо России», где составлена программа по развитию туризма до 2025 года.

Для разработки нового рыболовного тура во Владивостоке были определены потребительские свойства турпродукта с помощью математического метода обработки экспертных оценок.

По результатам проведенного анализа экспертных оценок по среднему рейтингу были выделены потребительские свойства, которые разделили на 3 группы.

В первую группу вошли свойства, которые обязательно должны быть учтены при создании турпродукта, так как без данных свойств, клиенты не приобретут тур:

1. Безопасная и комфортная атмосфера во время поездки: данное свойство гарантирует туристам оптимальные условия безопасности и комфорта во время пребывания на маршруте, что способствует позитивному опыту их путешествия.

2. Множество видов рыб для ловли: это свойство предлагает туристам широкий выбор видов рыб, которые они могут поймать во время поездки, что добавляет разнообразие и интерес к их рыболовному опыту.

3. Профессиональные гиды и местные рыболовные эксперты: присутствие квалифицированных гидов и экспертов в тургруппе обеспечивает туристам профессиональное сопровождение и помощь на рыбалке, что повышает качество их опыта.

Во вторую группу были включены свойства, которые определяют уникальность данного турпродукта, именно они «цепляют» клиента и будут указаны в рекламе, но при этом не являются ключевыми:

Транспортное сопровождение во время всего тура: это свойство предоставляет туристам удобство на протяжении всего маршрута, обеспечивая им комфортные перемещения и экономию времени.

Индивидуальный подход к каждому туристу и его опыту рыбалки: данное свойство гарантирует, что каждый турист будет максимально удовлетворен в достижении своих целей.

Уникальная возможность для ловли трофейных рыб: это свойство предлагает уникальную возможность для туристов поймать редкие и ценные рыбные трофеи, что увеличивает интригу и восторг от тура. [1]

В третью группу вошли те свойства, которые удивят потенциальных туристов:

Доступность для разных возрастных категорий и уровней подготовки: данное свойство делает его привлекательным и доступным для широкого круга людей.

Помощь в приобретении необходимых лицензий и разрешений на рыбную ловлю: данное свойство облегчает процесс оформления всех необходимых документов для рыбалки, что устраняет лишние хлопоты и обеспечивает надлежащую организацию поездки.

Отсутствие необходимости иметь собственное рыболовное снаряжение – все предоставляется в туре: это свойство позволяет туристам не приобретать и не перевозить собственное рыболовное снаряжение.

Возможность сделать уникальные фотографии с вашим трофеем: данное свойство предлагает туристам возможность запечатлеть свои уникальные рыболовные достижения на фотографиях, что способствует сохранению памятных моментов и созданию впечатляющих визуальных материалов.

Подводя итог, можно сказать, что SWOT-анализ позволил выделить основные сильные и слабые стороны, а также возможности и угрозы, с которыми сталкивается город в процессе развития рыболовного туризма.

Организация рыболовного тура имеет свои особенности, которые были выявлены и проанализированы с помощью экспертного метода. Данные потребительские требования к турпродукту рыболовного туризма, позволят при формировании тура ориентироваться на интересы и предпочтения потенциальных туристов, что позволит в дальнейшем быть туру конкурентоспособным и востребованным на рынке турпродуктов рыболовного туризма.

Список литературы

1. Арутюнян, С. А. Рыболовно-охотничий туризм и его роль в развитии рынка туристских услуг / С. А. Арутюнян // Инновации. Менеджмент. Маркетинг. Туризм: материалы 1-й Международной научно-практической конференции / под науч. ред. А. М. Ветитнева, Н. С. Матющенко. – Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2017. – С.165.
2. Бархударова, Шахлыг Майис Кызы. Анализ развития рыбного рынка Приморского края и г. Владивостока / Бархударова, Шахлыг Майис Кызы, Гусакова Анжела Петровна, Салтыков Максим Александрович // Вестник науки и образования. – 2018. №1 (37). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-razvitiya-rybnogo-rynka-primorskogo-kraya-i-g-vladivostoka> (дата обращения: 04.09.2024).

УДК 338.48

Шестаков Александр Владиславович,

бакалавр 4 курса, направление подготовки «Туризм»,
профиль «Технология и организация внутреннего и международного туризма»

Жуков Александр Александрович,

бакалавр 4 курса, направление подготовки «Туризм»,
профиль «Технология и организация внутреннего и международного туризма»

Казакова С.П.,

научный руководитель, кандидат философских наук, доцент,
ФГБОУ ВО «Калужский государственный университет им. К.Э. Циолковского», Калуга

ПРИМЕНЕНИЕ ЭКО-ПСИХОЛОГИЧЕСКОГО ПОДХОДА В РАЗРАБОТКЕ СОБЫТИЙНОГО МЕРОПРИЯТИЯ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *событийный туризм; экологический туризм; экологическое сознание; эко-психологический подход; турист.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлен анализ эко-психологического подхода в рамках событийного туризма. Разработка мероприятий на базе объектов природной дестинации,*

используя знания о эко-психологическом подходе позволит не только раскрыть потенциал территорий, но и увеличит поток в регион, его бюджет и разнообразит варианты для отдыха населения.

Shestakov Alexander Vladislavovich ,

Bachelor of the 4th year, field of study «Tourism»

profile «Technology and organization of domestic and international tourism»

Zhukov Alexander Alexandrovich,

Bachelor of the 4th year, field of study «Tourism»

profile «Technology and organization of domestic and international tourism»

Kazakova S.P.,

Scientific supervisor, Candidate of Philosophical Sciences, Associate Professor,

Kaluga State University named after K.E. Tsiolkovsky, Kaluga

THE USE OF AN ECO-PSYCHOLOGICAL APPROACH IN THE DEVELOPMENT OF AN EVENT EVENT

KEYWORDS: *event tourism; ecological tourism; ecological consciousness; eco-psychological approach; tourist.*

ANNOTATION. *The article presents an analysis of the eco-psychological approach within the framework of event tourism. The development of activities based on the objects of a natural destination, using knowledge about the eco-psychological approach, will not only unlock the potential of the territories, but also increase the flow to the region, its budget and diversify the options for recreation of the population.*

В современном мире существует огромное количество направлений туризма, среди которых событийный является одним из наиболее динамично развивающихся. Событийные мероприятия и всевозможные фестивали привлекают большое количество туристов возможностью получения широкого спектра эмоций, отличающихся от традиционных, получаемых во время других форм отдыха и рекреации.

Основная задача событийного туризма – погрузить туриста в атмосферу уникального события. Такие события предполагают не только традиционный отдых, но и участие в масштабных зрелищных мероприятиях, целью которых является получение ярких эмоций. Событийный туризм связан с такими видами туризма, как развлекательный, культурно-познавательный, спортивный, хобби-туризм. Однако, связь с экологическим туризмом уходит от взора исследований. Но при этом рекреация на природе по-прежнему остается особенно важным критерием в организации туристских дестинаций.

В последнее время туристы особенно заинтересованы в проведении времени на природе. По данным газеты «Коммерсантъ» в 2021 году музеи, визит-центры, экологические тропы и маршруты, расположенные в заповедниках и национальных парках РФ, посетило более 9,8 млн человек, а общее количество посетителей особо охраняемых природных территорий (ООПТ) превысило 10,6 млн. По словам Елены Киселевой, партнера Strategy Partners, если рассматривать экологический туризм как путешествия на ООПТ и тем самым дифференцировать его от просто рекреационного туризма (отдыха на природе), то можно говорить о том, что данный сегмент уже является довольно значимым на туристическом рынке РФ. По данным Ростуризма, в 2021 году в общем потоке российского туризма доля экологического составила 10% [4].

Согласно статистике Министерства природы РФ в 2023 году экологический туризм стал актуален среди 14,5 млн человек, что на полмиллиона больше показателей 2022 года.

По оценкам экспертов, общий поток пользователей услугами экологического туризма на ООПТ и в сельской местности к 2025 году должен вырасти до 22 млн человек в год, а доход от экологического туризма в России – до 100–120 млрд рублей [4].

Напрашивается очевидный вывод, что происходящее высокими темпами развитие экологического туризма может благоприятно повлиять на дальнейшее развитие туризма событийного. Взаимная интеграция приведет не только к повышению турпотока путем увеличения охвата аудитории, но и удовлетворению широкого спектра потребностей туристов.

Поэтому становится особенно актуальной разработка событийных мероприятий, проводимых в природных условиях: как на оборудованных площадках, находящихся в местах ООПТ, так и на территории лесов, путем организации временных площадок.

Начало XXI века можно охарактеризовать резким увеличением антропогенной нагрузки на окружающую природную и социальную среду. С развитием туризма происходят совершенствования программ и организации. Для поддержания актуальности и интереса путешественников необходимо постоянно улучшать мероприятие в соответствии с популярными и современными знаниями. Проводимые в этом контексте эко-психологические исследования актуализируются не только в научной психологии и обучении, но и в туристской сфере, как носителя познавательной и воспитательной функций, что позволяет удовлетворять не только рекреационные потребности, но и поддерживать эту новизну.

Экологическое сознание – это совокупность идей, теорий, взглядов, мотивации, которые отражают реальную практику отношений между человеком и средой его жизни, между обществом и природой, включая регулятивные принципы и нормы поведения, направленные на достижение оптимального состояния системы «общество – природа»[2].

Содержание этого понятия включает в себя как различного рода эмпирические знания, взгляды, традиции разных культур, имеющие важное экологическое значение, так и ценностный момент в отношении к природе, систему регулятивных принципов нравственного характера, а также закономерности воздействия природы и общества. Экологическое сознание рассматривается как атрибут человека в контексте логического отношения "человек – мир природы". Сознание выполняет отражательную функцию по отношению к природе, выражает отношение человека к ней на уровне общества и индивида, а также регулирует деятельность по отношению к природе от целеполагания до реализации цели.

В рамках гносеологического подхода для определения структуры экологического сознания ключевое значение имеет отношение «субъект понимания или действия – объект познания или воздействия» [1]. Каждый элемент этой системы обладает своей уникальной логикой и «природой» развития. Взаимодействие между ними может рассматриваться через субъект-объектную логику, где человек взаимодействует с природой, играя роль субъекта, противостоящего ей как объекту, или через субъект-объектную и/или субъект-субъектную логику в зависимости от модальности субъективного отношения к природному объекту.

Можно говорить о важности эко-психологических взаимодействий в системе «человек-дерево» как единой системы живых и неживых объектов природы. При этом обращаться к онтологическому подходу к психике, рассматривая экологическое сознание как высшую форму развития психики.

В рамках онтологической парадигмы сознание понимается как особая форма бытия, высшая форма развития психики, возникающая во взаимодействии человека со средой. Экологическое сознание представляет собой системное качество процессов, состояний и структур сознания, формирующееся взаимодействием человека с окружающей средой (социальной и природной). Это позволяет человеку почувствовать и пережить единство с природой окружающего мира и собственной природой.

Личный опыт переживания психических состояний взаимосвязан с единством с природой и миром людей, что является основой для осознания себя частью природы. Этот опыт формирует специфическое отношение к природе, типичное для экологического сознания, включая экоцентрический и природоцентрический типы.

Экологическое сознание предстает как множество психических состояний, которые индивид может переживать во взаимодействии с природными объектами. Эти состояния становятся постоянными структурами сознания, предопределяющими восприятие и поведение человека в различных ситуациях. Таким образом, сознание в своей структуре совпадает с психическим состоянием, предвосхищая его действия и поведение по отношению к окружающей природе, другим людям и самому себе.

По онтологическому подходу к экологическому сознанию человек должен изменять не только природу вокруг себя, но также развивать собственную природу в соответствии с универсальными принципами развития природы и собственного развития. В этом контексте важно понятие природоцентрического типа экологического сознания, где основой является осознание единства с миром природы.

Существует несколько этапов развития способностей человека к взаимодействию с природным миром и растительными объектами, включая энергетические и энергоинформационные аспекты [3]. Первый из них – развитие энергетического восприятия и взаимодействия. Второй этап – познание природных объектов. Каждый из этих этапов направлен на развитие понимания человека психологических аспектов общения с другими природными объектами, улучшение взаимодействия и энергетического обмена, а также повышение психологической компетентности.

Изменения восприятия себя и других в контексте природы приводят к экологическому расширению самосознания как системы познавательных, эмоциональных и личностных отношений к миру природы, включая человека.

Этап познание мира себя как природного объекта включает в себя:

- Получение общих знаний о человеке на уровне анатомии, физиологии, биологии, психологии;
 - Понимание энергетической модели строения человека и энергоинформационного обмена;
 - Формирование ощущений энергетического состояния и личного энергоинформационного пространства;
 - Изучение свойств энергетического состояния;
 - Овладение навыками саморегуляции, самоконтроля;
 - Расширение сенсорной чувствительности;
 - Практика управления энергией и трансформации;
 - Изучение интрапсихических ощущений тела;
 - Раскрытие резервных природных возможностей на энергоинформационном уровне;
 - Потребность в самореализации и самосохранении.
- Следующий этап познания мира людей как природных объектов включает в себя:
- Знакомство с психологическими основами общения;
 - Принятие других как самоценности;
 - Расширение перцептивной чувствительности в общении с другими людьми;
 - Взаимодействие с другими на энергоинформационном уровне;
 - Формирование способности к восприятию энергетических состояний и личного энергоинформационного пространства другого человека, а также возможности энергоинформационного обмена с ним;
 - Овладение навыками невербального понимания и энергоинформационного взаимодействия с другими людьми на основе расширения диапазона перцептивной чувствительности. Умение принять различные состояния других людей и передавать свои состояния вербально, невербально, энергоинформационно.

Этап познания природных объектов заключается в:

- Ознакомлении с психологическими основами коммуникативного взаимодействия (общения) и с природными объектами растительного мира;
- Осознании и восприятии личного пространства и состояний;
- Ощущении, восприятии и осознании энергетического пространства и состояний природного объекта;
- «Вхождении» своим энергетическим пространством в пространство природного объекта;
- Формировании единого пространства человека и природного объекта;
- Дифференциации ощущений и восприятия энергетического пространства разных природных объектов;
- Установлении отношений и формирование общего языка общения с природными объектами на основе энергоинформационного обмена;
- Формировании способности к принятию самоценности природных объектов и осознания общности с ними;
- Расширении диапазона перцептивной чувствительности в процессе взаимодействия с миром природы;
- Формировании способности к восприятию энергетических состояний и «личного» пространства растения (дерева), а также возможности энергоинформационного обмена с ним;
- Овладение навыками невербального понимания и взаимодействия с растительными и животными формами мира природы на основе расширения своего диапазона перцептивной чувствительности. Умение «услышать» и принять различные состояния растения (дерева) и передать ему свои состояния;
- Ознакомление с психологическими основами здоровьесберегающего, бесконфликтного взаимодействия в системе «человек – природный объект (растение)»;
- Повышение уровня психологической компетентности в процессе взаимодействия с миром природы;
- Ознакомление с психологическими основами здоровьесберегающего бесконфликтного взаимодействия в системе «человек-человек» на энергоинформационном уровне;
- Овладение практикой энергоинформационного обмена и режимом «лидер-ведомый», «эксперт-оператор»;
- Овладение способами диагностики психических состояний других людей в условиях энергоинформационного обмена;
- Повышение уровня психологической компетентности в процессе взаимодействия с другими людьми;
- Такие этапы способствуют развитию самосознания и пониманию себя как части природы и общности с окружающим миром природы.

Важным фактором, объединяющим человека и природу, является коммуникативное взаимодействие индивида с миром природы, включая других людей, растения или даже самого себя. Это взаимодействие способствует развитию психических процессов, состояний и сознания путем расширения их диапазона естественного функционирования. Через личный опыт непосредственного переживания единства и разнообразия с природными объектами на уровне эмоционального и личностного взаимодействия происходит формирование экологического сознания.

Использование эко-психологического подхода в рамках событийного туризма позволяет организовывать мероприятие таким образом, что психологические процессы человека будут направлены именно на взаимодействие со своим «Я» и его познание через окружающую природу. При создании программы для туристов это учение позволяет не только удовлетворить рекреационные потребности, но и через осознание себя как части окружающего

мира оздоровить и лучше социализировать индивида. Кроме того, турист лучше поймет ценность природных ресурсов и их значимость в нашем мире.

Список литературы

1. *Давыдов, А. А.* Онтологический и гносеологический подходы к содержанию субъект-объектных отношений // Вестник Нижегородского университета им. Н. И. Лобачевского. Серия: Социальные науки. 2009. №4. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ontologicheskii-i-gnoseologicheskii-podhody-k-soderzhaniyu-subekt-obektnyh-otnosheniy> (дата обращения: 11.05.2024).
2. *Масанская, Т. П.* Экологическое сознание как социально-психологический феномен// Молодежь и наука: сборник материалов IX Всероссийской научно-технической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых с международным участием, посвященной 385-летию со дня основания г. Красноярск [Электронный ресурс]. – Красноярск: Сибирский федеральный ун-т, 2013. – URL: <http://conf.sfu-kras.ru/sites/mn2013/section089.html>, свободный.
3. *Панов, В. И.* Экопсихологический подход к развитию психики: этапы, предпосылки, конструкторы // Теоретическая и экспериментальная психология. 2022. №3. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ekopsihologicheskii-podhod-k-razvitiyu-psihiki-etapy-predposylki-konstrukty> (дата обращения: 11.05.2024).
4. Экология. Приложение к газете «Коммерсантъ С-Петербург» №220/П URL: <https://www.kommersant.ru/doc/5692659#>. (дата обращения 08.04.2024).

УДК 338.48

Палий Наталья Сергеевна,

канд. экон. наук, доцент,

ФГБОУ ВО «Донецкий национальный университет экономики и торговли имени Михаила Туган-Барановского», Донецк

ТЕНДЕЦИИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В НОВЫХ УСЛОВИЯХ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *искусственный интеллект, устойчивое развитие, туризм, цифровизация.*

АННОТАЦИЯ. *В работе изучены главные особенности развития туристской индустрии на современном этапе. Определен ряд социально-экономических факторов – это цифровые технологии, инструменты онлайн-бронирования; геоаналитика, санкционные ограничения, развитие транспортной доступности. Ключевую роль для стабильного развития туризма играют политические процессы на международном и национальном уровнях.*

Paliy Natalia Sergeevna,

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,

Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Donetsk

TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN NEW CONDITIONS

KEYWORDS: *artificial intelligence, sustainable development, tourism, digitalization.*

ANNOTATION. The paper studies the main features of the development of the tourism industry at the present stage. A number of socio-economic factors have been identified – these are digital technologies, online booking tools; geoanalytics, sanctions restrictions, development of transport accessibility. Political processes at the international and national levels play a key role in the stable development of tourism.

Рынок туристических услуг характеризуется динамичным спросом, но макроэкономические и геополитические факторы по-прежнему создают сложные условия для работы сектора. Так, экономическая нестабильность, высокая инфляция, рост банковских ставок в сочетании с природными катаклизмами, военными конфликтами генерируют новые угрозы для туризма.

В настоящее время для туристических компаний важно перейти к более устойчивым моделям развития, так как перспективы туризма зависят от сбалансированности стратегий корпоративного управления и трендов цифровой трансформации. Бизнес в туризме испытывает много сложностей в результате наращивания цифровизации. Формирование новых рынков, новых сегментов, разработка альтернативных туристских продуктов – это актуальные бизнес-стратегии. В результате мониторинга развития туристской индустрии в Российской Федерации, следует отметить ведущую роль инноваций в плане сокращения негативных последствий кризиса, санкционных и визовых ограничений в недружественных странах.

Ожидается, что благодаря отмене ограничений на поездки, а также компенсации отложенного спроса, международные путешествия достигнут допандемического уровня в 2024 г., достигнув 88% от 2019 г., в 2023 году, в то время как часть туризма в мировом ВВП достигнет допандемического уровня [1, с. 15].

Самые высокие темпы восстановления туризма отмечаются в странах Ближнего Востока – на 20% выше уровня 2019 г., в то время как Европа, Африка и Центральная Америка уже в 2023 г. практически достигли докризисного уровня развития туризма [1, с. 18].

Переход к ценностно-ориентированному и социально-этичному туризму имеет ключевое значение для экономического роста, так как ресурсоемкие формы сервиса не будут увеличивать трафик потребителей в новых условиях. Сейчас операторам туристического рынка нужно активно интегрироваться, так как инфраструктура туристической индустрии требует комплексного развития, новых инвестиций, причем высокий уровень конкуренций на рынке сохраняется. Туризм – это сложная отрасль, которая развивается только тогда, когда растут все ее составляющие в комплексе. В аспекте развития туризма исследовательский интерес представляют динамика и характер проявления социальных, культурных, правовых и инновационных факторов. Инновационное развитие туризма проявляется при использовании коммуникативных технологий, мобильных приложений, программ автоматизации, чат-ботов, социальных сетей для продвижения турпродуктов. Используя инновационные технологии, предприятия могут обновить портфель продуктов и сервисов с учетом инноваций.

Относительно недавно стали популярными новые форматы путешествий, которые способствуют развитию экологии, безопасности, используют цифровые технологии. Целый ряд инновационных решений получили мощное развитие в результате экономического спада. Это технологические решения как биометрия, блокчейн, интернет вещей, искусственный интеллект, аналитика больших данных, облачные технологии. По мнению операторов отрасли, спрос на туристские услуги все-таки увеличится в ближайшем будущем. Государственная поддержка применяется в разных формах, включая специальные пакеты стимулов, налоговые льготы, отсрочки по кредитным обязательствам, целевые инвестиционные программы, государственно-частное партнерство.

Новые условия деятельности влекут за собой трансформации с многогранными последствиями: сокращение числа рабочих мест в авиакомпаниях, гостиничных сетях, туристических агентствах, круизных лайнерах, экскурсионных бюро. В свою очередь, падение

продаж в этих секторах экономики «задевает» магазины, бары, кафе и рестораны из-за мультипликативного эффекта. Актуальную бизнес-стратегию можно назвать «измениться или умереть», и она предполагает выживание за счет диверсификации в смежные отрасли.

Изменение потребительских настроений стимулирует инновационную активность в туризме. Отмечается компромиссная ситуация между желанием людей путешествовать за границу и отдыхать рядом с домом, причем последний вариант сейчас более предпочтителен. В краткосрочной и среднесрочной перспективе, 76% потребителей выбирают региональные маршруты [2].

Туристская индустрия в плане устойчивого развития отстает от таких отраслей, как производство потребительских товаров, розничная торговля, логистика. Речь идет о достижении семнадцати целей в области устойчивого развития ООН (до 2030 г.). Цели устойчивого развития являются ориентирами для социально-экономической политики всех стран и направлены на улучшение благосостояния населения, защиту окружающей среды. Государства признают, что ликвидация бедности должна сопровождаться стимулированием экономического роста и системным решением проблем в сферах образования, здравоохранения, социальной защиты и занятости [3]. Акцент на факторе новизны очень актуален, растет число туристических стартапов, и они получают конкурентное преимущество перед традиционными игроками рынка.

Системный подход к туризму, применение инструментов маркетинга территорий, развитие перспективных направлений подразумевает переосмысление парадигмы туризма. Если туризм развивать сбалансированно, он может стать мощным инструментом для решения многих проблем, способствуя общему благополучию.

Благодаря искусственному интеллекту и роботизации развивается персонализация продаж, бесконтактная торговля и доставка. По мнению экспертов, эти технологии помогут сгладить «болевы точки» кризиса и создать новые траектории роста [4].

Таким образом, структурные изменения в экономике и технологиях оказали большое влияние на субъектов индустрии туризма как в мировом, так и в региональном масштабе. Индустрия гостеприимства, и туризм в особенности, находится на новом витке развития. Становится очевидной необходимость в инновациях, цифровизации и обеспечении устойчивого развития. Устойчивого положения можно достичь благодаря развитию внутреннего туризма. Туристический бизнес с эффективными ориентирами может минимизировать социальные и экологические проблемы, представляет большой практический интерес для инвестиций.

Список литературы

1. Travel & Tourism Development Index 2024// Insightreport. – May 2024, World Economic Forum, 1- 97 p.
2. Accelerating Travel Innovation After Coronavirus. – [Электронный ресурс]. – URL: <https://go.euromonitor.com/white-paper-travel-201110-travel-innovation-after-coronavirus.html>.- (дата обращения: 04.09.2024).
3. Время изменить бизнес. Почему мнение потребителей расскажет больше бизнес-плана. – [Электронный ресурс]. – URL:<https://thebell.io/vremya-izmenit-biznes-pochemu-mnenie-potrebitelej-rasskazhet-bolshe-biznes-plana>. – (дата обращения: 5.09.2024).
4. Эпоха нового туризма [Электронный ресурс]. – URL://<https://kachestvo.pro/kachestvo-upravleniya/instrumenty-menedzhmenta/epokha-novogo-turizma>. – (дата обращения: 03.09.2024).

УДК 338.48

Ярыгина Юлия Сергеевна,

бакалавр 5 курса, направление «Педагогическое образование»,
профиль «Биология и География»

Беркасова Лариса Васильевна,

SPIN-код: 8735-9902

научный руководитель, старший преподаватель,
ФГБОУ ВО «Рязанский государственный университет имени С.А. Есенина», Рязань

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА ВО ВЬЕТНАМЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *Вьетнам, пляжный туризм, спортивный туризм, религиозный туризм, культурно-познавательный туризм.*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье рассматриваются особенности развития туризма Вьетнама. В работе представлены статистические данные о турпотоке. Рассматриваются виды туризма, которые являются популярными среди туристов.*

Yarygina Yulia Sergeevna,

bachelor of the 5th year, direction «Pedagogical education»,
profile «Biology and Geography»

Berkasova Larisa Vasilyevna,

SPIN code: 8735-9902

Scientific supervisor, senior lecturer,
Ryazan State University named after S.A. Yesenin, Ryazan

TOURISM DEVELOPMENT IN VIETNAM

KEYWORDS: *Vietnam, beach tourism, sports tourism, religious tourism, cultural and educational tourism.*

ANNOTATION. *This article discusses the features of tourism development in Vietnam. The paper presents statistical data on tourist flow. The types of tourism that are popular among tourists are considered.*

Вьетнам, страна с богатой историей, культурой и природными красотами, переживает бурный рост туристической индустрии. За последние десятилетия туристический поток во Вьетнам значительно увеличился, превратив его в одно из самых популярных направлений в Юго-Восточной Азии. В стране активно строится новая инфраструктура, открываются новые отели и рестораны, государство старается сохранить свою уникальную культуру, но в то же время привлечь все больше туристов из разных стран.

Исходя из рисунка 1, количество иностранных туристов за 2021-2023г. было минимальным в 2021 году, максимальным – в 2023. Туристский поток в 2022 году оказался в 42 раза больше, а в 2023 – в 101 раз, чем в 2021 году [4].

Согласно данным Главного статического управления при Министерстве планирования и инвестиций Вьетнама, список 10 стран с наибольшим количеством туристов, приезжающих во Вьетнам, за первые 5 месяцев текущего года отличается от списка до COVID – 19. В списке лидирует Республика Корея. За ней следуют Китай, США, Тайбэй (КНР), Япония, Таиланд, Малайзия, Камбоджа, Австралия и Сингапур.

До коронавируса в данном списке лидировал Китай, на который приходилось 30% общего объема иностранных туристов Вьетнама. В данный список также вошли Россия, Великобритания и Франция.

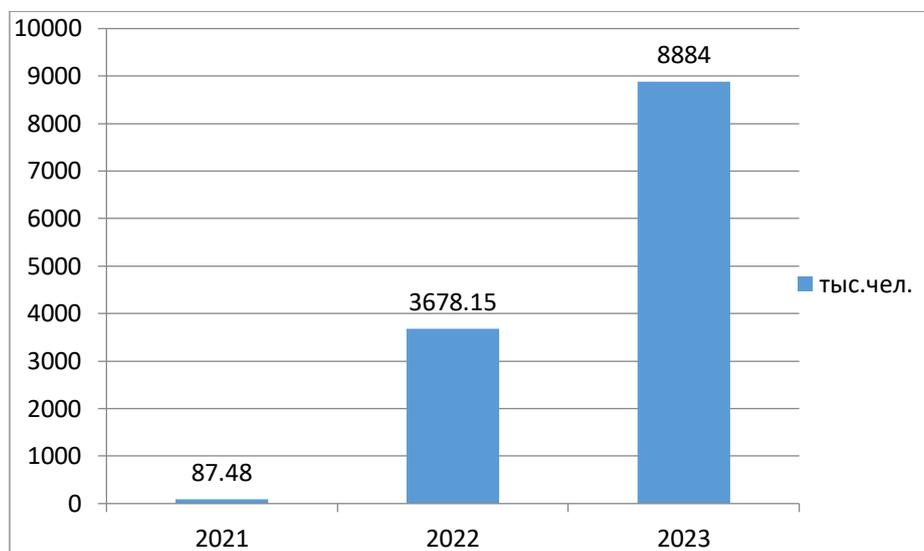


Рис.1. Количество иностранных туристов во Вьетнаме (тыс. чел.)

По данным Национального управления туризма Вьетнама, общий доход страны от туризма за первые 10 месяцев 2023 года составил 582,6 трлн вьетнамских динаров (\$23,7 млрд). Это превышает прошлогодний показатель.

За весь 2022 год туриндустрия Вьетнама заработала 495 трлн вьетнамских динаров, что эквивалентно 66 % доходов в допандемийный 2019 год.

Согласно отчету Главного статистического управления, сектор услуг и туризма республики вырос на 6,24 % и обеспечил 53,34 % общего роста ВВП страны [3].

Вьетнам – страна, богатая культурно-историческими ресурсами, в последнее время завоевывает популярность среди туристов из России и Европы. За свою многовековую историю территория была домом для различных народов, пережила колониальное управление, а также разрушительную войну в середине прошлого века. Все эти события оставили свой след на культурном облике страны, создав неповторимое сочетание традиций и современных тенденций.

Благодаря своему богатому историческому наследию, природно-рекреационным ресурсам – разнообразию ландшафтов и благоприятному климату – Вьетнам предлагает туристам широкий выбор направлений:

1. **Пляжный туризм.** Территория Вьетнама известна своими великолепными пляжами, которые за последние два десятилетия стали особенно популярны среди россиян. Нячанг и Дананг, украшенные живописными пляжами и развитой инфраструктурой, давно зарекомендовали себя как излюбленные места отдыха.

2. **Спортивный туризм.** Вьетнам – идеальное место для активного отдыха. Дайвинг (вид подводного спорта, который предполагает погружение под воду с использованием специального оборудования для дыхания, такого как акваланг), виндсерфинг (вид водного спорта, который заключается в катании на доске, оснащенной парусом), кайтинг (вид водного спорта, который предполагает катание на доске или на лыжах, используя тягу от воздушного змея (кайта), управляемого человеком) – это лишь часть спортивных развлечений, которые предлагает страна. Южно-Китайское море, с его многообразием подводного мира, идеально подходит для дайвинга, а пляж Муйне славится своим сильным ветром, создающим идеальные условия для серфинга.

3. Культурно-познавательный туризм. Города, каждый со своей неповторимой историей и архитектурой, имеют огромное количество достопримечательностей. В Ханое, столице страны, расположены такие знаковые места, как Музей истории Вьетнама, древние пагоды, Змеиная деревня, туннели Кути. Каждый объект рассказывает свою историю, позволяя туристам глубже погрузиться в культурное наследие Вьетнама.

4. Религиозный туризм. Страна богата на религиозные сооружения разных конфессий. В стране можно увидеть католические соборы, мечети, буддийские храмы, что делает Вьетнам интересным для туристов с разных уголков мира, желающих познакомиться с религиозными традициями этой страны [2].

Вьетнам, помимо традиционных пляжных и экскурсионных маршрутов, активно развивает лечебно-оздоровительный и экологический туризм, предлагая уникальные возможности для оздоровления и единения с природой.

Страна обладает богатыми природными ресурсами, которые используются для создания оздоровительных программ.

1. Минеральные источники: Вьетнам известен своими термальными источниками, богатыми минералами и полезными веществами. В Далате, например, расположены термальные источники «BinhChau Hot Springs», а в Нячанге – «Thac Ba Hot Springs», где можно пройти курс бальнеотерапии (вид лечения, который использует природные минеральные воды для улучшения здоровья), улучшить кровообращение и снять мышечное напряжение.

2. Традиционная медицина: вьетнамская медицина, основанная на использовании натуральных лекарственных растений, предлагает множество оздоровительных процедур. В Хойане и Ханое можно найти центры традиционной медицины, где предлагают массаж, иглоукалывание, траволечение и другие процедуры.

3. Спа-центры: вьетнамские спа-центры предлагают широкий выбор процедур: массаж, обертывание, ароматерапия, уход за кожей лица и тела. Многие отели имеют собственные спа-центры, использующие натуральные ингредиенты и традиционные методики.

Экологический туризм также активно развивается на территории Вьетнама, поскольку страна богата тропическими лесами, горами, водопадами, рисовыми полями и другими природными объектами.

1. Национальный парк Куанг Бинь известен своими пещерами, в том числе впечатляющей пещерой Сон Доong, одной из самых больших в мире. Здесь можно совершать пешие прогулки, сплавать по рекам, наблюдать за животными и растениями.

2. Дельта Меконга – один из самых плодородных регионов мира, где можно совершить прогулку на лодке по каналам, посетить плавучие рынки, увидеть традиционные методы выращивания риса и фруктов, попробовать местные блюда.

3. Национальный парк Кат Ба расположен на острове Кат Ба, с красивыми лагунами, пляжами и горами. Здесь можно совершать трекинги (вид активного отдыха, который предполагает пешие походы по пересеченной местности), исследовать пещеры, заниматься дайвингом и снорклингом (вид подводного плавания, который предполагает плавание на поверхности воды с использованием маски, трубки и ласт) [1].

Туризм во Вьетнаме – это динамично развивающаяся индустрия с огромным потенциалом. Вьетнам обладает всеми необходимыми ресурсами, чтобы стать одним из ведущих туристических направлений в мире. Однако для достижения этой цели необходимо преодолеть ряд проблем, уделяя внимание экологическим, социальным и экономическим аспектам развития туризма.

Список литературы

1. Ле, Б.Н. Потенциал для развития экологического туризма во Вьетнаме // Физическая культура и здоровье: молодежная наука и инновации. – Тула: ТулГУ, 2021. – С. 187-192.
2. Виды туризма во Вьетнаме [Электронный ресурс]. – URL: <https://germesttravel.wordpress.com/2014/02/09/%D0%B2%D0%B8%D0%B4%D1%8B->

%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D0%B0-%D0%B2%D0%BE-
%D0%B2%D1%8C%D0%B5%D1%82%D0%BD%D0%B0%D0%BC%D0%B5/ (Дата
последнего обращения: 10.09.2024).

3. BUYING BUSINESS TRAVEL RUSSIA [Электронный ресурс]. – URL: <https://buyingbusinesstravel.com.ru/news/mice/tursektor-vetnama-za-10-mesyatsev-2023-go-zarabotal-bolshe-chem-za-ves-proshlyu-god/> (Дата последнего обращения: 11.09.2024).
4. TAKE-PROFIT.ORG [Электронный ресурс]. – URL: <https://take-profit.org/statistics/tourist-arrivals/vietnam/> (Дата последнего обращения: 11.09.2024).

УДК 334.7:338.48:327.7

Королева Оксана Владиславовна,

к. и. н., доцент

ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский
государственный университет имени Н.Г. Чернышевского»,
Саратов

РОЛЬ ТУРИЗМА В УГЛУБЛЕНИИ ИНТЕГРАЦИОННЫХ ПРОЦЕССОВ В ЕАЭС И РАСШИРЕНИИ ЕВРАЗИЙСКОГО СТРАТЕГИЧЕСКОГО ПАРТНЕРСТВА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *международный туризм, туризм в ЕАЭС, евразийский туризм, евразийская интеграция.*

АННОТАЦИЯ. *В статье анализируются направления совместной деятельности государств – членов ЕАЭС в сфере туризма в целях решения интеграционных задач и создания единого рынка услуг. Выявлены формы и механизмы туристского сотрудничества, определены достигнутые результаты и перспективы его расширения за пределами ЕАЭС*

Koroleva Oksana Vladislavovna,

Ph.D., Associate Professor

Saratov National Research

State University named after N.G. Chernyshevsky,
Saratov

THE ROLE OF TOURISM IN DEEPENING INTEGRATION PROCESSES IN THE EAEU AND EXPANDING THE EURASIAN STRATEGIC PARTNERSHIP

KEYWORDS: *international tourism, tourism in the EAEU, Eurasian tourism, Eurasian integration..*

ANNOTATION. *The article analyzes the directions and trends of joint activities of the EAEU member states in the field of tourism in order to solve integration problems and create a single market of services. The forms and mechanisms of tourism cooperation are identified, the results achieved and the prospects for its expansion outside the EAEU are determined.*

Построение системы равноправных партнерских взаимоотношений на пространстве Евразийского экономического союза (ЕАЭС) сегодня имеет особое значение для устойчивого социально-экономического развития государств-членов. На фоне всей сложности и непредсказуемости современных мирополитических процессов особую актуальность приобретает построение системы равноправных партнерских взаимоотношений между государствами на основе четко понимаемых, деполитизированных и общепринятых правил.

Заместитель Председателя Правительства А. Оверчук в своём выступлении на сессии «10 лет ЕАЭС – эффекты, приоритеты, перспективы» в рамках XXVII Петербургского международного экономического форума отметил, что «в условиях глобальной турбулентности международных экономических отношений ЕАЭС подтвердил свою роль объединяющей силы, служащей важным источником экономической стабильности и развития всех его участников» [1].

Успешный опыт развития евразийской интеграции демонстрирует то, что прогресс в реализации интеграционных проектов преобладает над существующими проблемами, что позволяет рассчитывать на перспективу дальнейшего стратегического сотрудничества и поиск новых возможностей и выгод. Одним из перспективных направлений межстранового сотрудничества в рамках ЕАЭС является туристская деятельность как составляющая международного экономического и гуманитарного взаимодействия. Эта роль туризма закреплена принятыми в Союзе стратегическими документами.

В Договоре о ЕАЭС, подписанном в 2014 году, туризм единожды упоминался в статье 27 о создании и функционировании свободных экономических зон [4]. В Декларации-2025 о дальнейшем развитии интеграционных процессов в рамках ЕАЭС, подписанной президентами государств – членом Союза 6 декабря 2018 года, туризм стал рассматриваться одной из ключевых областей расширения экономического сотрудничества и как новое интеграционное направление в целом [2]. В соответствии с Решением Высшего Евразийского экономического совета, с 1 декабря 2019 года сектор туристских услуг стал функционировать в формате Единого рынка услуг на территории Беларуси, Казахстана и России [11].

Ответом на современные геополитические вызовы стало подписание 25 декабря 2023 года главами государств – членом Союза Декларации о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках ЕАЭС до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический путь», в которой одной из задач определяется «развитие экономического сотрудничества в туристической отрасли, в том числе путем создания привлекательного имиджа туристических маршрутов и туристических объектов государств-членом» [3].

Профессиональные и бизнес-сообщества уже приступили к созданию горизонтальных интеграционных проектов на евразийском пространстве. Одной из таких перспективных инициатив стал проект «Евразийское курортное кольцо», имеющий целью обеспечить комплексное развитие курортно-туристской инфраструктуры в ЕАЭС-регионе. Реализация этого проекта, представленного в июне 2021 года на Всероссийском форуме «Здравница-2021», является частью Стратегических направлений развития и рассчитана до 2025 года.

Создание евразийского партнерства в сфере санаторно-курортного лечения и отдыха актуализируется возрастающим интересом россиян к лечебно-оздоровительным услугам в странах ближнего зарубежья. Так, например, по оценкам туроператоров, в 2024 году спрос у россиян на санаторный отдых в Белоруссии вырос в 2 раза по сравнению с 2023 годом, и продажи туров в белорусские здравницы уже превзошли показатели доковидного 2019 года [12]. Кроме того, наблюдается расширение географии мест санаторного отдыха россиян в этой стране.

Ещё одним примером успешного сотрудничества стран – участниц ЕАЭС, отвечающего интересам национальных бизнес-сообществ, является создание 8 июня 2023 года Евразийского Альянса горных курортов (ЕАГК). Руководители горных курортов «Шымбулак» (Республика Казахстан), «Амирсой» (Республика Узбекистан, имеющая статус наблюдателя при Союзе) и «Роза Хутор» (Российская Федерация) подписали соглашение о создании общей платформы для продвижения внутреннего туризма на евразийском пространстве [5]. В том же году к альянсу присоединился азербайджанский горный курорт «Шахдаг», на очереди – курорты Кыргызстана. Реализация этого интеграционного отраслевого проекта создает стратегические возможности для устойчивого развития горного туризма в Евразийском регионе на долгосрочную перспективу.

Стратегическим направлением развития евразийской экономической интеграции до 2025 года является разработка евразийских туристских маршрутов и их популяризация. В декабре 2023 г. Евразийская экономическая комиссия представила аналитический доклад, в котором были предложены прототипы будущих маршрутов, объединившие ключевые места и достопримечательности стран-партнеров. В дальнейшем эти маршруты станут составляющей проекта Концепции развития туризма в рамках ЕАЭС и послужат увеличению потока туристов из государств – членов ЕАЭС и третьих стран.

На форумах ЕАЭС регулярно звучат призывы эффективно использовать географическую и историко-культурную близость между странами для создания трансграничных маршрутов. Примером успешного сотрудничества в этом направлении стала реализация российско-казахстанского проекта. Казахские и российские туристы уже успели оценить тур «Промелькнувший метеор» с посещением Омска, Павлодара и Алматы. Кроме того, страны заинтересованы в том, чтобы развивать трансграничную туристическую зону в районе горы Белуха [10].

В условиях политизации гуманитарной проблематики, наблюдающейся сегодня на мировой арене, значимым представляется развитие «туризма памяти», который актуализирует и популяризирует наиболее важные и имеющие символическое значение сюжеты общей истории государств – членов евразийской интеграции. Так, московский музей Победы инициировал проект «Территории Победы», направленный на создание единого музейного пространства военно-исторической направленности на основе общей исторической памяти. Партнерами Музея Победы, а значит, единомышленниками в деле сохранения исторической правды, стали музейные предприятия Беларуси, Армении, Казахстана, Кыргызстана, Азербайджана и Узбекистана [7].

Межгосударственные договоры в сфере туризма – достаточно частое явление на евразийском пространстве. Россия и Беларусь договорились о гармонизации стратегий развития туризма, норм деятельности экскурсоводов и гидов-переводчиков, создании общих правил информирования о стандартизации качества гостиничных услуг, об унификации предоставляемых туристам гарантий при оказании туристских услуг. С 1 февраля 2023 г. вступило в силу Соглашение, в соответствии с которым иностранные граждане смогут пребывать и следовать транзитом по территории двух государств на основании визы одного из них и документов, удостоверяющих личность туриста [9], что открывает перспективы для разработки трансграничных туров с целью привлечения туристов из третьих стран.

Действующий между Казахстаном и Узбекистаном, получившим в конце 2020 года статус наблюдателя в ЕАЭС, пакет договорно-правовых актов уже заложил прочный фундамент для развития сотрудничества в сфере туризма на евразийском пространстве. Одним из последних практических шагов в этом направлении стала реализация инициативы «Silk Visa» (виза Шёлкового пути), которая сделала возможным перемещение иностранных туристов по территории Казахстана и Узбекистана без получения визы каждой страны по отдельности.

При всей очевидной интенсификации процессов в развитии отраслевого сотрудничества актуальным вопросом остается дальнейшая гармонизация норм национального законодательства государств – членов ЕАЭС, которая требует эффективных инструментов регулирования рынка туристских услуг. На площадке Евразийской экономической комиссии продолжается работа по обеспечению единообразия стандартов, устанавливающих необходимые требования по формализованным критериям надежности, безопасности, качества, которые обеспечивают соответствие туристской услуги своему назначению [13].

Вовлечение новых партнеров в совместные туристические проекты отвечает политике открытости Союза к взаимодействию с другими странами, регионами и международными союзами в формате Большого евразийского партнерства. Предложение о создании Большого Евразийского партнерства с участием членов ЕАЭС, а также стран, с которыми сложились

тесные отношения – Китай, Индия, Пакистан, Иран было высказано Президентом России Владимиром Путиным в 2016 году [6].

Конвенция о правовом статусе Каспийского моря, подписанная в 2018 году в Актау президентами России, Ирана, Казахстана, Туркменистана и Азербайджана, включает в себя отдельный пункт о сотрудничестве прибрежных государств в сфере туризма, что открывает перспективу развития трансграничных круизных маршрутов [8]. На проходившем в том году в Петропавловске заседании Российско-Казахстанского делового совета обсуждались перспективы развития трансграничных круизных маршрутов с заходами в российские города Астрахань и Махачкалу, азербайджанский Баку, иранские порты Энзали, Ноушехр и Амирабад, туркменский Туркменбаши и казахстанский Актау.

Заинтересованность во взаимодействии с ЕАЭС в сфере туризма выражают Таиланд, Израиль, Куба, Мьянма. 14 ноября 2018 года был подписан Меморандум о взаимопонимании между ЕЭК и АСЕАН в области экономического сотрудничества. Туризм является одной из приоритетных для АСЕАН сфер сотрудничества со странами ЕАЭС. Привлечение инвестиций из стран АСЕАН, строительство объектов под брендами из этого региона может открыть новые перспективы не только для развития туристской инфраструктуры в государствах – членах ЕАЭС, но и будет способствовать увеличению взаимных туристских потоков.

Подводя итог вышесказанному, можно констатировать, что современные геополитические реалии диктуют необходимость углубления интеграционных процессов и расширение евразийского стратегического партнерства в сфере международного туризма. Как показало исследование, государства – члены ЕАЭС предпринимают значимые шаги для того, чтобы полностью запустить эффективный механизм сотрудничества с целью создания единого рынка туристских услуг.

Создание интеграционных проектов профессиональными и бизнес-сообществами способствует интенсификации процессов сближения национальных туристских рынков стран – участниц ЕАЭС. В частности, развития трансграничного и приграничного взаимодействия в направлении создания совместного турпродукта является значимым для повышения конкурентоспособности стран на мировом туристском рынке.

Актуальным представляется переход на долгосрочное планирование по основным направлениям деятельности в сфере туризма, что будем возможным в условиях реализации общей, союзной, стратегии развития туризма.

Государства-участники ЕАЭС идут по пути наращивания плотности туристских связей за пределами Союза на основе формирования системы соглашений как между ЕАЭС и отдельными странами, так и интеграционными объединениями. В этой связи растет значимость создания платформы для конструктивного диалога, отражающей консолидированные позиции всех евразийских государств по вопросу развития международного туризма. В условиях трансформации мировой политической системы такая платформа будет содействовать реализации проектов по снижению коммуникативных барьеров между государствами и развитию многостороннего сотрудничества в рамках Большого Евразийского партнерства.

Список литературы

1. *Алексей, Оверчук*: ЕАЭС подтвердил свою роль объединяющей силы, служащей важным источником экономической стабильности и развития всех его участников // Сайт Правительства. 7 июня 2024. – URL: <http://government.ru/news/51830/> (дата обращения: 03.08.2024).
2. Декларация о дальнейшем развитии интеграционных процессов в рамках Евразийского экономического союза, г. Санкт-Петербург, 6 декабря 2018 г. // Официальный сайт Евразийской экономической комиссии. – URL: http://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01422031/ms_10122018 (дата обращения: 03.08.2024).
3. Декларация о дальнейшем развитии экономических процессов в рамках Евразийского экономического союза до 2030 года и на период до 2045 года «Евразийский экономический

- путь» // Евразийский экономический союз: сайт. – URL: https://docs.eaeunion.org/docs/ru-ru/01443175/ms_26122023 (дата обращения: 04.08.2024).
4. Договор о Евразийском экономическом союзе (с изменениями на 5 августа 2021 года) Ратифицирован Федеральным законом от 03.10.2014N 279-ФЗ // Docs.cntd.ru – электронный фонд нормативно-технической и нормативно-правовой информации Консорциума «Кодекс». URL: <https://docs.cntd.ru/document/420205962> (дата обращения: 03.08.2024).
 5. Емельянова Е. В Евразии создают альянс горных курортов // Центр деловой информации Kapital.kz. 22.09.2023. URL: <https://kapital.kz/economic/119237/v-yevrazii-sozdayut-al-yans-gornykh-kurortov.html> (дата обращения: 04.08.2024).
 6. Караваев А. По сути, а не по форме // Россия в глобальной политике. 2019. № 2 (март-апрель). URL: <https://globalaffairs.ru/articles/po-suti-a-ne-po-forme/> (дата обращения: 04.08.2024).
 7. Карта участников проекта // Официальный сайт федерального проекта «Территория Победы». URL: <https://territoriyapobedi.ru/> (дата обращения: 10.08.2024).
 8. Конвенция о правовом статусе Каспийского моря, 12 августа 2018 года // Сайт Президента России. URL: <http://kremlin.ru/supplement/5328> (дата обращения: 17.08.2024).
 9. Официальный сайт Государственная Дума Федерального Собрания Российской Федерации / URL: <http://duma.gov.ru/news/56168/> (дата обращения: 15.08.2024).
 10. Природа, концерты и банковские карты: туристы из РФ открывают для себя Казахстан // Sputnik Казахстан. 17.01.2024. URL: https://ru.sputnik.kz/docs/terms_of_use.html (дата обращения: 08.08.2024).
 11. Решение Высшего Евразийского экономического совета от 14 мая 2018 г. № 7 «О внесении изменений в перечень секторов (подсекторов) услуг, в которых функционирует единый рынок услуг в рамках Евразийского экономического союза» // Официальный сайт Евразийского экономического союза. URL: <http://www.eaeunion.org/> (дата обращения: 03.08.2024).
 12. Сколько стоят путевки в санатории Белоруссии на весну и лето 2024 года // Вестник АТОР. 15.02.2024 URL: <https://www.atorus.ru/node/55783> (дата обращения: 05.08.2024).
 13. Страны-участницы ЕАЭС перейдут на единые стандарты сервиса и классификации гостиниц // Официальный сайт Минэкономразвития России. 24 мая 2023. – URL: https://www.economy.gov.ru/material/news/strany_uchastnicy_eaes_pereydot_na_edinye_standarty_servisa_i_klassifikacii_gostinich.html (дата обращения: 05.08.2024).

УДК 338

Швец Анастасия Анатольевна,

SPIN-код: 5912-8189

студент 2 курса магистратуры, направление подготовки «Сервис»

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

Сергеева Елена Анатольевна,

SPIN-код: 9146-4084

научный руководитель, кандидат экономических наук,

доцент, зав. кафедрой кафедры менеджмента, сервиса и туризма

ФГБОУ ВО «Херсонский государственный

педагогический университет»

ПОТЕНЦИАЛ И КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ СПЕЛЕОЛОГИЧЕСКИХ ЗАПОВЕДНИКОВ КРЫМА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *Спелеологические заповедники, пещеры, экологический туризм, направления развития спелеотуризма, перспективы пещерных ресурсов, сохранение природных объектов, пещерный Крым, создание современной инфраструктуры.*

АННОТАЦИЯ. *В данной статье проведен анализ заповедных пещер Республики Крым, которые известны только узкому кругу любителей и профессионалов, увлеченных спелеологией и открытием новых пещер. Отмечено, что судьба пещер разные: одни – становятся объектами экскурсионной деятельности, другие – изучаются специалистами-спелеологами или используются для экстремальных видов спортивного туризма. Малоизвестные пещеры представляют ресурсный потенциал для развития спелеотуризма в Крыму.*

Shvets Anastasia Anatolyevna,

SPIN code: 5912-8189

2st year student of the master's degree, the field of study «Service»

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

Sergeeva Elena Anatolyevna,

SPIN code: 9146-4084

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

THE POTENTIAL AND KEY DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE SPELEOLOGICAL RESERVES OF THE CRIMEA

KEYWORDS: Speleological reserves, caves, ecological tourism, directions of development of speleotourism, prospects of cave resources, conservation of natural objects, cave Crimea, creation of modern infrastructure

ANNOTATION. *This article analyzes the protected caves of the Republic of Crimea, which are known only to a narrow circle of amateurs and professionals who are passionate about speleology and the discovery of new caves. It is noted that the fate of caves is different: some become objects of excursion activities, others are studied by speleologists or used for extreme sports tourism. Little-known caves represent a resource potential for the development of speleotourism in Crimea.*

Республика Крым, обладая уникальными геологическими и экологическими особенностями, представляет собой кладезь спелеологических ресурсов, которые требуют системного подхода к охране и развитию. Спелеологические заповедники региона могут сыграть ключевую роль не только в сохранении биоразнообразия, но и в привлечении туристов, интересующихся природными явлениями и приключениями. Крым, с его уникальным природным ландшафтом, является одним из наиболее привлекательных туристических направлений России. Одним из перспективных видов туризма в Крыму является спелеотуризм – исследование и изучение пещер. Эта деятельность не только привлекает ценителей экстремальных видов спорта, но и способствует развитию научных исследований в области спелеологии.

Всего же на территории полуострова расположено более 1500 пещер, многие из которых представляют собой уникальные природные объекты, обладающие высокой туристической привлекательностью. Однако, для того, чтобы эффективно использовать этот потенциал, необходимо развивать этот вид туризма и внедрять инновации в сервисе.

Одним из ключевых направлений развития спелеологических заповедников в Крыму должно стать создание современной инфраструктуры, обеспечивающей комфортное и безопасное пребывание туристов. Это включает в себя оборудование пещер освещением, навигационными системами, установку страховочных элементов, а также развитие сопутствующей инфраструктуры, такой как гостиницы, рестораны и транспортные услуги.

Впервые охрану спелеообъектов в Крыму предприняли в 1921 году. Был издан Приказ Крымского Ревкома за №450 о передаче в ведение и охрану Крымскому областному комитету по делам музеев, памятников искусств, старины, природы – пещеры Кизил-Коба с прилегающим участком известковых туфов [5].

В 1947 году Исполком Крымского областного Совета депутатов трудящихся принял решение «Об охране памятников природы» и объявил заповедными 9 пещер: Бинбаш, Большой Бузлук, Данильча, Иограф, Суук, Скельская, Кизил-Коба, Туакская, Чокурча [1].

В 1950-60 годах активные научные исследования пещер в Крыму повлияли на принятие ряда нормативных актов областного и республиканского уровня по охране и упорядочиванию использованию пещер. Это решения:

- от 26.08.1960 г. №862 «О мерах по улучшению охраны памятников природы» [5].
- от 27.10.1961г. №1122 «О создании и оборудовании заповедника-музея «Красные пещеры» в урочище Кизил-Коба» [5].
- от 12.06.1965 г. №583 «Об охране пещер, шахт и других карстовых полостей Крыма»
- от 7.08.1963г. №1180-р «Об утверждении списков памятников природы республиканского значения» [5].
- от 14.04.1966г. №593 «О результатах работы Центрального Совета спелеотуризма по изучению возможностей освоения пещер для экскурсионного обслуживания трудящихся».

К концу 1980 годов организованы первые экскурсионно-туристские спелеокомплексы пещер Красная на Долгоруковском массиве и Мраморная на Чатыр-даге. Это был первый шаг к осуществлению комплексной программы по охране этих уникальных объектов и его рекреационному использованию [5].

21 июля 2020 года Президент России Владимир Путин подписал указ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» [3]. Новый нацпроект состоит из трех федеральных проектов: «Развитие туристской инфраструктуры», «Повышение доступности туристских услуг» и «Совершенствование управления в сфере туризма» [4].

Указ Президента России обозначает стратегический курс страны на развитие туризма как одной из ключевых отраслей экономики. Федеральные проекты, включенные в нацпроект, направлены на создание востребованной и комфортной туристической среды. Развитие туристской инфраструктуры является приоритетом, что предполагает строительство и модернизацию гостиниц, транспортных узлов и развлекательных комплексов. Это позволит привлечь как местных, так и иностранных туристов.

Второй проект, касающийся повышения доступности туристских услуг, акцентирует внимание на создании удобных решений для путешественников. Важно не только расширить ассортимент предлагаемых услуг, но и сделать их доступными для всех слоев населения. В условиях реализации указанных национальных целей для Крыма открываются новые горизонты для развития спелеологических заповедников. Уникальные природные объекты, такие как гроты, пещеры и подземные реки, не только привлекают туристов, но и способствуют сохранению природных экосистем. Разработка специализированных маршрутов и создание инфраструктуры позволит сделать спелеологические экскурсии более доступными и безопасными.

В Крыму имеется громадный потенциал для развития одного из видов экологического и спортивного отдыха – спелеотуризма. На сегодняшний день открыты и работают следующие пещерные комплексы:

- пещеры Мраморная, Эмине-Баир-Хосар, Эмине-Баир-Коба, Чатырдагский массив (Центр спелеотуризма «Оникс-тур»)

- пещера Красная, Долгоруковский массив (Предприятие «Кизил-Коба»)
- пещеры Трехглазка, Ялтинская, Геофизическая-1 («Ялтинский горно-лесной природный заповедник»)
- пещера «Таврида» (Научный спелео-палеонтологический комплекс).

Пещеры Мраморная и Эмине-Баир-Хосар, находящиеся на карстовом плато Чатырдаг, являются самыми популярными их ежегодная посещаемость составляет около 150 тыс. человек. Кроме того в этих пещерах работают исследовательские экспедиции, они ведут научный мониторинг состояния пещерной среды, влияние рекреационных потоков экскурсантов на компоненты подземных ландшафтов и разрабатывают лимиты посещаемости объектов.

С 2003 года в Ай-Петринском массиве (Байдарский заповедник) работает пещерный комплекс «Скельская пещера». В пещере, институтом спелеологии и карстологии, проведен комплекс исследовательских работ по оборудованию экскурсионного маршрута, создана мониторинговая станция и рассчитаны экологически безопасные лимиты рекреационной нагрузки на экскурсионный объект.

В Восточном Крыму пещеры также могут использоваться, как объекты экологического туризма. Этот курортный район обладает мощным спелеоландшафтным потенциалом. В Судакском районе в последнее время открыто много новых интересных спелеологических объектов, а пещеры Капчик-1, грот Голицина и пещера Сквозная включены в сеть экологических троп на побережье Нового Света.

Пещера «Таврида» – самая новая из открытых в последнее время пещер в Крыму. Она находится около поселка Зуя Белогорского района, где и была обнаружена во время строительства автотрассы «Таврида» в 2018 году. Специалистами была выполнена топографическая съемка и было установлено, что пещера представляет собой крупный горизонтальный лабиринт (длина 1238 метров). В 2019 году ученые обнаружили новые ходы пещеры, которые располагаются на одном высотном уровне и протягиваются с юга-запада на северо-восток.

Уникальность пещеры «Таврида» состоит в том, что в ней сохранилось скопление останков представителей флоры и фауны, погребенных в осадках, великолепной сохранности. Экскурсионный потенциал пещеры «Таврида» может служить хорошей базой для создания научно-исследовательского и рекреационного-туристического спелеокомплекса всероссийского масштаба. В Республике Крым в настоящее время для спелеотуризма используется порядка десяти пещер, где имеются научные обоснования о возможности туристской эксплуатации объекта и ведется постоянный мониторинг состояния пещерной среды. Остаётся невостребованным потенциал Карабийского массива из-за отсутствия оборудованных пещер для экскурсионной деятельности.

Кроме общеизвестных пещер в Крыму множество заповедных пещер, которые знают только люди увлечённые спелеологией. Караби-яйла – самое большое по площади и самое изъеденное водой (закарстованное) крымское плоскогорье. На Караби так много пещер, что все пожалуй не изучить никогда: плато сплошь покрыто карстовыми воронками. Подземные полости здесь имеют звучные названия: шахты Нахимовская, Водопойная, Аджи-Коба, Монастыр-Чокрак, пещера Сказка, Милашка и др. Недалеко от Милашки находится пещера «200 лет Симферополю», её впервые показал спелеологам местный пастух. До 2004 года на Караби-яйле были известны только две шахты с водоотками: Солдатская и Нахимовская. Теперь появилась третья, спелеологи углубили пещеру Арабика до 235 метров и увидели журчащий подземный ручей.

Пещера Мамина названа в честь её открывателя географа-крымоведа Аби Усеиновича Мамина. Пещера состоит из двух больших залов [2, с 129]. В пещеру попадают спускаясь по веревке через неглубокий колодец или есть еще вход – он узкий неудобный заставляющий ползти по глиняному тоннелю. В пещере мы увидим – крупные блестящие кристаллы кальцита, натечные ребра и колонны, и щербатые каменные занавески на стенах.

Пещера Дублянского названа в честь Виктора Николаевича Дублянского – профессора, одного из основателей крымской и отечественной спелеологии. Двадцать четыре года он преподавал на геофаке СГУ (ныне Крымский федеральный университет им. В.И. Вернадского) провел 46 экспедиций, под его руководством открыто более 700 пещер. Вход в пещеру в виде шахты – расщелины глубиной 30-40 метров. "Пещера захватывает своей новизной и огромностью. Неудобные косые норы с острыми выступами переходят в тоннели вроде тех, через которые проезжает электричка перед Севастополем. Слева большие и малые сталактиты, справа – страшный завал камней", – так описывает пещеру автор книги "Подземный Крым" Дмитрий Тарасенко [2, с.131].

Пещера Крубера названа в честь профессора географии Александра Александровича Крубера (1871 г. – 1941г.), автора первой книги о крымских пещерах «Карстовая область Крыма» (1915 г.) Пещера начинается вертикальным 40-метровым колодцем [2, с 144]. Далее разветвляется на два противоположных хода. Там есть большие залы с "поющими" сталактитами, узкие лазы, на стенах ажурные узоры, кораллиты с кварцитовыми вкраплениями и небольшие подземные озёра.

Кроме известняковых натечных образований, во многих пещерах Главной гряды появляются ледяные сосульки тех же классических форм – сталактиты, сталагмиты, сталагматы. В южной части Караби-яйлы, у подножия хребта Кара-Тау, на высоте около 1000 метров, образовалась знаменитая, доступная простым туристам и даже детям "Ледовая пещера" или Большой Бузлук с ледяными сталактитами длиной до 3 метров, ледяной колонной в центре и не тающим прозрачным покровным льдом. В этой самой холодной из крымских пещер, где застаивается морозный воздух и замерзает талая вода можно найти друзы прозрачных ледяных кристаллов, зеркальные натеки с черными провалами в белом снегу. В ясный полдень ближняя часть пещеры светится от солнца, ледопады играют оттенками лучей, и кажется что вы попали внутрь огромного калейдоскопа.

О пещерах Крыма можно рассказывать бесконечно долго, здесь же описана лишь малая часть тех пещерных ресурсов, что имеет Крымский полуостров. Однако оценка их спелеоресурсного богатства и возможностей использования в туристско-рекреационной сфере еще предстоит детальному анализу. Развитие спелеологических заповедников в Крыму также может способствовать созданию новых рабочих мест и развитию местной экономики. Туризм, ориентированный на природу, привлекает не только любителей приключений, но и исследователей, что создает потребность в гидах, специалистах по экологии и обеспечивает занятость в смежных отраслях – от гостеприимства до транспортных услуг.

Устойчивое развитие этих направлений поможет не только сохранить экосистемы региона, но и повысить качество жизни местного населения. Кроме того, важно учитывать культурное наследие региона. Спелеологические экскурсии могут быть дополнены историческими и этнографическими аспектами, что сделает поездки более увлекательными и познавательными.

Не менее значимо организовать обмен опытом и проведение международных конференций, посвященных спелеологии и экотуризму. Это создаст платформу для обсуждения различных подходов к сохранению уникальных природных объектов и разработке эффективных туристических программ. Внедрение успешного международного опыта послужит каталитическим фактором для устойчивого развития спелеологических заповедников в Крыму.

О перспективах развития спелеотуризма в Республике Крым говорит тот факт, что данный вид туризма при богатстве природных ресурсов, требует сравнительно небольших капиталовложений для развития собственной инфраструктуры, является привлекательным и не слишком затратным, а также круглогодичным видом активного отдыха. Рассмотрев опыт по хозяйственному использованию пещерных ресурсов в Крыму, можно заключить, что около 20% карстовых полостей при минимальных капиталовложениях, могут быть задействованы в туристско-рекреационной сфере. Это позволит снизить нагрузку на традиционно

используемые ресурсы и поспособствует наполнению бюджета Крыма из нового источника. Исходя из вышеизложенного отметим, что спелеотуризм на данном этапе еще недостаточно развит в Крыму. Среди факторов, сдерживающих его развитие – это недостаточный уровень маркетинговой деятельности, включая рекламу и информацию, недостаточное развитие туристской инфраструктуры, сложность привлечения инвестиций из-за политической ситуации вокруг Крыма.

Кроме того, важным аспектом развития спелеотуризма является популяризация этого направления среди широкой общественности. Это может быть достигнуто за счет проведения информационных кампаний, организации выставок и мероприятий, а также создания интерактивных экспозиций, позволяющих посетителям ознакомиться с уникальными особенностями подземных пространств Крыма.

Список литературы

1. *Мавлюков, Б.Р.* Проблемы экологии и охраны пещер: Материалы 1-й общерос. науч.-практ. конф. «Проблемы экологии и охраны пещер: теорет. и приклад. Аспекты». (Красноярск, 7-10 дек. 2001) / Рос. союз спелеологов; Краснояр. краев. гос. экол. фонд; Краснояр. гос. пед. ун-т и др.; Отв. ред. С.В. Хижняк. Красноярск. – 2002 г. 134-138 с
2. *Тарасенко, Дмитрий Николаевич* Научно-популярное издание Подземный Крым – Симферополь: Н. Ореанда, 2016. – 288 с., ISBN 978-5-9907819-6-2
3. Ростуризм. Кто и как ставит цели по развитию туризма. Все о Нацпроекте «Туризм и индустрия гостеприимства» [Электронный ресурс] – URL: https://dzen.ru/a/YnJU7NkdtVUTwT_6 (31 мая 2022).
4. Национальные проекты России. Путешествия как стиль жизни: каким будет новый нацпроект по туризму [Электронный ресурс] – URL: <https://национальныепроекты.рф/news/puteshestviya-kak-obraz-zhizni-kakim-budet-novyy-natsproekt-po-turizmu/> (29 апреля 2021).
5. *Рудык, А.Н.* Категории заповедания спелеообъектов на примере пещер Крыма. Геополитика и экогеодинамика регионов. / А.Н. Рудык, Г.А. Прокопов. Том 8 (18). Вып. 4. 2022 г. С. 314–326. [Электронный ресурс] – URL: <https://geopolitika.cfuv.ru/категории-заповедания-спелеообъекто/?ysclid=m251nkn6nr253339502>

УДК 338

Самчинская Ярослава Борисовна,

SPIN-код: 3869-4457

кандидат экономических наук, доцент, директор
института информационных технологий

Линник Елена Петровна,

SPIN-код: 3607-9700

кандидат физико-математических наук, доцент, заведующий кафедрой цифрового образования, математики и физики

Алешов Владимир Витальевич,

SPIN-код: 2488-2422

преподаватель кафедры программной инженерии и информационных технологий
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный
педагогический университет», Скадовск

ОПТИМИЗАЦИЯ БИЗНЕС-ПРОЦЕССА УПРАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫМИ РЕСУРСАМИ КОМПАНИИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *оптимизация, эффективность управления, бизнес-процесс, информационные ресурсы.*

АННОТАЦИЯ. *В статье изучаются методы оптимизации бизнес-процесса управления информационными ресурсами компании в контексте повышения эффективности управления компанией в целом. Рассмотрены информационные технологии как один из критических бизнес-процессов, оказывающий значительное влияние на функционирование компании*

Yaroslav Borisovna Samchinskaya,

SPIN code: 3869-4457

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Director
of the Institute of Information Technology

Linnik Elena Petrovna,

SPIN code: 3607-9700

Candidate of Physical and Mathematical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Digital Education, Mathematics and Physics

Aleshov Vladimir Vitalievich,

SPIN code: 2488-2422

Lecturer at the Department of Software Engineering and Information Technology
Kherson State Pedagogical University, Skadovsk.

OPTIMIZATION OF THE BUSINESS PROCESS OF MANAGING INFORMATION RESOURCES OF THE COMPANY

KEYWORDS: *optimization, management efficiency, business process, information resources.*

ANNOTATION. *The article examines how to optimize the business process of managing the company's information resources in the context of improving the efficiency of managing the company as a whole. Considered information technology as one of the critical business processes that has a significant impact on the functioning of the company.*

Актуальность исследования. Управление информацией – одна из функций современного менеджера в компаниях. В связи с этим, руководители осознают, что снижение риска при принятии решений существенно зависит от объема и достоверности информации об объекте управления, а бизнес-процессы, в ходе которых принимаются такие решения, не могут существовать в отрыве от соответствующей информационной модели. Следовательно, получение достоверной оперативной информации о бизнес-процессах компании, передача ее для дальнейшей обработки и принятия решений является важнейшей задачей управления информационными ресурсами компаний, что требует детального изучения.

Оценка отечественного и зарубежного опыта использования информационных технологий в экономической деятельности компаний показала, что системы менеджмента, основанные на использовании информационных ресурсов, позволяют обеспечить ускоренный доступ к необходимой информации, систематизировать базовые данные, организовать на их основе любые отчеты [1]. Однако, эффективность от наличия таких систем быстро исчезнет, если компания сначала не определит, какие именно виды информации она хочет получать, а также не выделит приоритетные направления ее использования. Эффект от внедрения таких

систем находится в плоскости повышения эффективности и оптимизации процесса управления информационными ресурсами.

Целью исследования является поиск путей оптимизации бизнес-процесса управления информационными ресурсами компаний и повышения эффективности управления компанией в целом.

Результаты исследования.

Управление информационными технологиями сосредотачивается на вопросах менеджмента и использования информационных технологий для достижения корпоративных целей с целью повышения эффективности [2]. Эффективное управление информационными ресурсами обеспечивает своевременную обработку растущих объемов информации, оперативный внутренний обмен данными между подразделениями, а также внешний обмен данными с клиентами и партнерами [4].

Бизнес-информация компаний является особым видом информации, связанным с управленческими решениями, она должна предоставлять руководству знания как о внутренней структуре работы их организации, так и о внешней среде, в которой она находится. Основная цель сбора информации с помощью информационных технологий заключается в получении достоверных фактов, достаточно полно описывающих текущее состояние компании и формировании на этой базе знаний, необходимых для принятия своевременных и эффективных управленческих решений.

Благодаря эффективному использованию информационных ресурсов для реализации своих стратегий успешные предприятия достигают лучших результатов там, где другие компании терпят неудачу. Например, у компаний, в которых управление информационными ресурсами придерживается определенной стратегии (такой, как индивидуальный подход к клиенту), прибыли на 20% выше, чем у фирм, реализующих ту же стратегию, но управление в них находится на более низком уровне [6].

Бизнес-процесс управления информационными ресурсами можно охарактеризовать как определение права на принятие решений и границ ответственности для стимулирования желаемого поведения при использовании информационных ресурсов. Ключевым моментом в этом тезисе является определение того, кто систематически участвует в принятии этих решений.

Информационные ресурсы используются на всех современных предприятиях. Предприятия с эффективным управлением отличаются тем, что они активно разрабатывают набор механизмов управления информационными ресурсами, которые способствуют разработке поведения, соответствующего цели, стратегии, ценностям, нормам и культуре компании. На таких предприятиях информационный ресурс может стать существенным фактором разработки конкурентоспособной стратегии.

Предприятиям, не имеющим единой модели управления информационными ресурсами, следует полагаться на директоров по ИТ, которые могут решить проблемы с помощью скорее тактических шагов, чем позиционирования ИТ как стратегического актива.

Для того, чтобы понять процесс создания стоимости с участием ИТ, было изучено управление информационными ресурсами в подразделениях более чем 250 многопрофильных коммерческих и некоммерческих предприятий в 23 странах. Результаты исследования показали, что предприятия с высокими показателями эффективности осуществляли ИТ-управление не так, как другие компании.

Компании разработали структуры управления, привязанные к тому показателю эффективности, в котором они превосходили конкурентов (например, рост или рентабельность активов), что способствовало приведению в соответствие целей бизнеса, подходов к управлению, механизмов управления, а также целей по повышению эффективности и других показателей [6]. Сетевой эффект: удачная модель управления позволяет предприятиям получать существенно более высокие результаты от инвестиций в информационные ресурсы.

Критическими бизнес-процессами для компаний можно считать те процессы, которые больше всего влияют на факторы достижения успеха компании, участвуют в создании прибавочной стоимости для потребителей товаров, услуг и соответственно являются объектами потенциальных затрат.

Взаимосвязи между основными бизнес-процессами и факторами успешности компании можно представить в виде матрицы, которую составляют для определения стратегии функционирования предприятия (табл.1). Важную роль в этом процессе играет управление информационными ресурсами.

Таблица 1.

Матрица оптимизации бизнес-процессов компаний

№	Факторы успеха	Критические бизнес-процессы									
		Высокий уровень сервиса	Высокое качество продукта	Лучший уровень цен, тарифов	Новые продукты, соответствующие нуждам потребителей	Высококвалифицированный и мотивированный персонал	Формирование сети подразделений, филиалов	Эффективная программа продвижения услуг / продуктов	Оптимизация финансово-инвестиционной политики	Автоматизация, применение информационных систем, программных продуктов, компьютерной техники и т.д.	Репутация и авторитет на рынке
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Идентификация потребностей потребителей	+	+	+	+		+	+		+	
2	Поиск клиентов	+	+	+	+	+	+	+		+	+
3	Управление финансовыми ресурсами			+			+	+	+	+	+
4	Управление информационными ресурсами	+	+			+			+	+	+
5	Управление людскими ресурсами	+	+			+	+			+	
6	Поиск партнеров и новых путей сотрудничества, инвестиций		+	+	+	+	+	x	+		+
7	Внедрение инноваций	+	+		+	+		x		+	+

Из таблицы видно, что оптимизация бизнес-процесса управления информационными ресурсами будет способствовать достижению таких показателей успешности компании, как наивысший уровень сервиса и качества продукта; формирование квалифицированного и мотивированного персонала; оптимизация финансово-инвестиционной политики; создание надежной репутации и авторитета на рынке. Все эти задачи наиболее успешно могут быть решены с использованием всего спектра информационных ресурсов.

Выводы. Эффективное управление поощряет и направляет умение сотрудников использовать информационно-коммуникационные технологии, обеспечивает соответствие их поведения стратегическому видению и ценностям компании, повышает уровень их сервиса и качества продуктов, предлагаемых потребителям. Таким образом, бизнес-процесс «управление информационными ресурсами» является ключом к получению компаниями многих конкурентных преимуществ.

Эффективное управление цифровыми ресурсами – важнейший фактор, позволяющий формировать высокую стоимость, создаваемую организацией за счет использования информационных технологий.

Список литературы

1. Бауэр, В.П. Цифровизация финансовой деятельности платформенных компаний: конкурентный потенциал и социальные последствия / Бауэр В.П., Еремин В.В., Рыжкова М.В. // Финансы: теория и практика. 2021. Т. 25(2). С. 114-127. DOI: 10.26794/2587-5671-2021-25-2-114-127.
2. Круглова, О.В. Информационные технологии в управлении: учебное пособие. Дзержинск: Конкорд, 2016. 134 с.

3. *Петрова, Л.А.* Цифровые технологии в экономике и бизнесе / Петрова, Л.А., Кузнецова Т.Е. // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика, 2020. – № 2. – С. 74-89.
4. *Самчинская, Я.Б.* Онлайн-ресурс «Steṛik» как инструмент адаптивного обучения в системе высшего образования при подготовке педагогов. / Самчинская Я.Б., Алешов В.В., Е.В. Алешов // Институциональные тренды обеспечения качества жизни населения сельских территорий: Материалы VII международной научно-практической конференции (памяти заслуженного деятеля науки РФ, профессора Багмута А.А.). Краснодар: Краснодарский ЦНТИ – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России, 2023. – С.517-522.
5. *Скэнтлбери, С.* Проектирование цифровых организаций, 2021 [Электронный ресурс]. – URL: <https://www.bcg.com/publications/2016/technology-people-organization-designing-digital-organizations>
6. Управление ИТ: опыт компаний-лидеров. Как информационные технологии помогают достигать превосходных результатов / Питер Уэйл, Джинн У. Росс.; пер. с англ. – М.: Альпина бизнес Букс, 2005. – 293с.

УДК 3.373.79.81

Петрова Екатерина Игоревна,

магистр 2 курса,

направления подготовки 44.04.01 «Педагогическое образование»

Линник Елена Петровна,

SPIN-код: 3607-9700

научный руководитель, кандидат физико-математических наук, доцент,

заведующий кафедрой цифрового образования, математики и физики

Херсонский государственный педагогический университет, Россия, г. Херсон

ОСОБЕННОСТИ ПРИМЕНЕНИЯ ЦИФРОВИЗАЦИИ НА ЗАНЯТИЯХ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИГРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *финансовая грамотность, экономические отношения, информационные технологии, интерактивная игра, бережливость, экономность.*

АННОТАЦИЯ. *В статье представлен опыт применения цифровизации на занятиях по финансовой грамотности с использованием игровых технологий при помощи авторской разработки.*

Petrova Ekaterina Igorevna,

2nd year master's degree in the field of training

44.04.01 «Pedagogical education»

Linnik Elena Petrovna,

SPIN code: 3607-9700

Scientific supervisor, Candidate of Physical and Mathematical Sciences,

Associate Professor, Head of the Department of Digital Education,

Mathematics and Physics Kherson State Pedagogical University

Russia, Kherson Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

FEATURES OF THE APPLICATION OF DIGITALIZATION IN FINANCIAL LITERACY CLASSES USING GAMING TECHNOLOGIES

KEYWORDS: *financial literacy, economic relations, information technology, interactive game, thrift, economy.*

ANNOTATION. *The article presents the experience of using digitalization in financial literacy classes using game technologies using the author's development.*

Актуальность использования цифровых образовательных ресурсов обусловлена потребностью современного общества с одной стороны в повышении финансовой грамотности обучающихся, с другой – изменениями в самой системе образования, переходом к активным и интерактивным формам и методам обучения. В такой ситуации важным становится овладение педагогами не только интерактивными образовательными технологиями, но и способами включения в учебную деятельность обучающегося цифровых образовательных ресурсов как в формате очного обучения, так и в онлайн среде и при организации различных форм дистанционного и самостоятельного обучения студентов профессиональных образовательных организаций.

Цифровые образовательные ресурсы – это ресурсы, которые созданы на базе цифровых технологий и их можно воспроизводить с помощью цифровых устройств. Главная цель использования цифровых образовательных ресурсов на занятиях – вывести образовательный процесс на новый уровень, который нужен современным обучающимся.

Электронные средства обучения представляют любую информацию в более наглядном виде и дают студентам наиболее полное представление об изучаемых объектах и явлениях. Обучающимся нравится учиться при помощи современного оборудования, самостоятельно изучать те или иные темы, проверять себя и получать обратную связь.

Цифровые образовательные ресурсы способны предоставить обучающемуся гораздо больше информации, чем традиционные ресурсы, при этом вся текстовая, визуальная, звуковая информация будет компактно размещаться на одном цифровом устройстве. Без использования современных цифровых образовательных ресурсов уже невозможно представить образовательный процесс, отвечающий требованиям современного информационного общества. Задача педагога – создать условия обучения, при которых необходимо сформировать те базовые понятия и навыки, которые в последующем позволят обучающемуся принимать оптимальные финансовые решения, с успехом решать возникающие финансовые проблемы, своевременно выявлять и предотвращать финансовые мошенничества. Финансовая грамотность в XXI веке представляет собой важнейшую компетенцию, она также жизненно важна для каждого современного человека, как и умение писать и считать [4].

В современном мире для педагога становится важным найти новые формы и методы обучения детей, основным видом деятельности которых является игра. Суть игровых технологий заключается в активизации мышления, повышении самостоятельности учащихся и создании творческого подхода к обучению. В ходе игровой деятельности активируются не только знания, но и коммуникативные навыки дошкольников, что обеспечивает социальную значимость игровых технологий [5].

Целью данной статьи является особенности применения цифровизации на занятиях по финансовой грамотности с использованием игровых технологий. Описание преимуществ использования цифровых образовательных ресурсов. Рассмотрение возможностей игровых технологий. Выявление роли игровых курсов и приложений.

Основной материал. Игра воспринимается лучше, если это не скучная игра с бумажными карточками, а анимированные и передвигающиеся картинки. Основным преимуществом интерактивных игр является наглядность – как средство усвоения новых

понятий, свойств, явлений. Кроме того, детям легче воспринять новую информацию на слух, с помощью движения объектов. С помощью интерактивных и мультимедийных средств, возможно моделировать различные ситуации из окружающей среды, составлять наглядные загадки на различные темы, знакомить детей с временами года, профессиями, жилищами животных, овощами и фруктами и т. д. Работу с интерактивными технологиями можно организовать в разных формах: индивидуальная форма предполагает самостоятельное решение ребенком поставленных перед ним задач; для решения заданий в паре используется парная форма; при использовании групповой формы, детей д На современном этапе развития информационных технологий средства ИКТ все чаще внедряются в образовательный процесс. Интерактивные игры могут стать помощником в организации когнитивного развития. Дети становятся активными и заинтересованными участниками процесса обучения, что способствует повышению степени его результативности. Использование интерактивных игровых технологий способствует формированию образовательной мотивации, развитию личностных составляющих познавательной деятельности (познавательная активность, самостоятельность, произвольность, привыкание к «полезным» играм, расширение кругозора, повышение качества учебного процесса).

Основные темы по финансовой грамотности. Источники доходов (зарплата, социальные пособия, доходы от собственности); расходы (обязательства нужно исполнять, а траты – считать); личный бюджет и бюджет семьи (объединение знаний о доходах и расходах, обсуждение видов бюджета: дефицитный, профицитный и сбалансированный).

Игра является эффективным способом формирования финансовой грамотности обучающихся, поскольку она делает процесс обучения интересным и вносит разнообразие в учебный процесс.

Особенности применения цифровизации на занятиях по финансовой грамотности с использованием игровых технологий:

Представление информации в более наглядном виде. Электронные средства обучения представляют любую информацию в тексте, картинке, звуке, видео, мультимедиа, интерактивной игре.

Возможность самостоятельно постигать, изучать новые темы, подбирать и анализировать информацию.

Быстрая и лёгкая организация работы в парах и группах.

Индивидуальный подход к каждому обучающемуся. Преподавателю можно подбирать уникальные задания для каждого и помогать выстраивать индивидуальные образовательные траектории.

Стимуляция интереса к финансовым знаниям. Игра помогает обучающимся легко осваивать и закреплять базовые финансовые знания, учиться коммуницировать со сверстниками.

Примеры цифровых ресурсов для занятий по финансовой грамотности с использованием игровых технологий:

Массовые открытые онлайн курсы. Например, на платформе Stepik представлено большое количество учебных курсов по финансовой грамотности.

Сервис Learningapps.org. На сайте представлена огромная коллекция готовых упражнений, можно познакомиться с приложениями и использовать их в различных формах организации учебной деятельности и на разных этапах урока.

Мобильные приложения. Например, мобильное приложение «Монеткины» поможет ребёнку планировать доходы и расходы, предоставит информацию об экономических процессах, научит правильно воспринимать рекламу.

Авторская разработка «Приключения Буратино в стране финансовой грамотности» создана на базе Microsoft PowerPoint.

Интерактивная дидактическая игра по финансовой грамотности – это эффективный метод закрепления полученных ранее знаний.

Интерактивная игра по формированию основ финансовой грамотности «Приключения Буратино в стране финансовой грамотности» представляет собой комплекс заданий, разделенных на рубрики: викторина, ребусы.

Цель данной игры – содействие финансовому просвещению и воспитанию детей дошкольного возраста на доступном уровне, создание необходимой мотивации для повышения их финансовой грамотности.

Задачи:

– Образовательные: познакомить с сущностью основных финансово-экономических категорий. Закрепить ранее полученные знания по вопросам финансовой грамотности и экономике.

– Развивающие: развивать познавательный интерес детей к вопросам финансовой грамотности и применению этих знаний на практике. Развивать словесно-логическое мышление, умение классифицировать, сравнивать, обобщать, устанавливать причинно-следственные и логические связи. Развивать зрительное восприятие.

– Воспитательные: воспитывать внимательность, умение точно следовать инструкции при работе с ИКТ. Воспитывать коммуникативные навыки при работе в командах. В результате игровой деятельности формировать у детей положительное отношение к финансовой грамотности, интерес к экономике.

– Планируемые результаты. Дети закрепят экономические понятия и термины, связанные с финансами. Научатся выполнять задания в сотрудничестве с командой. Познакомятся со способами рационального использования денег на примере знакомых мультфильмов. Узнают, что такое деньги и научатся понимать их роль в жизни. Научатся находить правильный ответ среди вариантов.

– Основная идея: знакомство обучающихся с основами финансовой грамотности на доступном уровне с помощью современной игры.

– Новизна методической разработки: заключается в применении в педагогической практике современного подхода, направленного на развитие финансовых грамотности обучающихся.

Оборудование и материалы для проведения игры: компьютер, интерактивная доска.

Игровые правила:

– Предлагается перечень заданий с целью закрепления ранее пройденного материала. Один слайд – одна тема. Педагог объясняет детям суть вопроса на слайде, после ответа детей (выбранная картинка) звучит звуковое сопровождение либо «не правильно», либо «правильно» в зависимости от выбранного ответа.

– Тезисы: Финансовая грамотность – это совокупность знаний о финансовом секторе, особенностях его функционирования и регулирования, профессиональных участниках и предлагаемых ими финансовых инструментах, продуктах и услугах.

Уровень финансовой грамотности – это общая финансовая грамотность (ориентация в финансовых продуктах и услугах, использование современных технических устройств для их потребления), умение эффективно управлять активами, понимание закономерностей денежных отношений.

Таким образом, получив финансовые знания, ребенок сможет более осознанно подумать о своем будущем. При управлении личными финансами он сможет принимать разумные решения, формировать у себя правильные финансовые привычки и использовать свои знания на практике.

Список литературы

1. Еремина, С. Р. Цифровой мир финансовой грамотности / С. Р. Еремина. – Текст : непосредственный // Образование и воспитание. – 2021. – № 2.1 (33.1). – С. 26-31. – URL: <https://moluch.ru/th/4/archive/192/6367/>

2. Лавренова, Е. Б. Финансовая грамотность. Современный мир. Учебное пособие – М.: Просвещение, 2020–160 с.
3. Шапиев, Д. С. Цифровые образовательные ресурсы в деятельности учителя / Д. С. Шапиев. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2019. – № 16 (254). – С. 296–298.

УДК 338.481.32

Орленко Елена Владиславовна,

кандидат экономических наук, профессор

Херсонский государственный педагогический университет

Россия, г. Херсон

РОЛЬ ГОСУДАРСТВЕННОЙ ПОДДЕРЖКИ В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *Государственная поддержка, Туристическая индустрия, Региональное развитие, Туристическая инфраструктура, Интеграция регионов, Инвестиционная привлекательность, Программа развития туризма*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматривается роль государственной поддержки в развитии туристической индустрии новых регионов России. Описаны финансовые планы на ближайшие годы, включая выделение средств на строительство гостиниц и модернизацию туристической инфраструктуры. Отмечается важность интеграции регионов в экономическую систему страны и создания привлекательных условий для инвесторов. Также рассматриваются перспективы программы «Развитие внутреннего и въездного туризма», направленной на популяризацию России как туристического направления. Специальное внимание уделяется проектам в Херсонской и Запорожской областях, где планируется создание современных туристических объектов.*

Orlenko Elena Vladislavovna,

Candidate of Economic Sciences, Professor

Kherson State Pedagogical University Russia, Kherson

THE ROLE OF GOVERNMENT SUPPORT IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM INDUSTRY

KEYWORDS: *Government support, Tourism industry, Regional development, Tourism infrastructure, Regional integration, Investment attractiveness, Tourism development program*

ANNOTATION. *The article discusses the role of government support in the development of the tourism industry in Russia's new regions. It outlines financial plans for the coming years, including funds allocated for hotel construction and modernization of tourism infrastructure. The importance of integrating these regions into the country's economic system and creating attractive conditions for investors is emphasized. The article also examines the prospects of the «Development of Domestic and Incoming Tourism» program aimed at promoting Russia as a tourist destination. Special attention is given to projects in the Kherson and Zaporizhzhia regions, where the construction of modern tourist facilities is planned*

В настоящее время происходит процесс интеграции новых субъектов Российской Федерации в существующую социально-экономическую и правовую систему. Туризм – одна

из ключевых отраслей экономики многих стран, и его развитие имеет особое значение для новых регионов, которые только начинают формироваться как туристические направления.

На развитие туризма в России в 2024 году запланировано выделение 43 миллиардов рублей. В следующих годах, до 2030 года, планируется на эти цели от 48 до 50 миллиардов рублей ежегодно. Установленные целевые ориентиры на 2030 год, это 140 миллионов туристических поездок в год и строительство 238 тысяч новых гостиничных номеров [11]. В 2024 году прошел запуск новой программы, направленной на популяризацию российского туристического бренда за пределами страны. Эта программа включает участие в международных выставках и субсидии для иностранных чартерных перевозок. Создан список из 17 приоритетных стран, в отношении которых будет осуществляться активная работа по привлечению туристов в Россию. В стране функционирует более 30 тысяч отелей, санаториев и баз отдыха, которые в сумме могут разместить более 1 миллиона человек [2]. За счет этого потенциала можно повысить конкурентоспособность российского туризма на международной арене.

Государственная поддержка в этом контексте играет решающую роль, обеспечивая необходимые ресурсы, инвестиции и стратегическое планирование для создания привлекательной туристической инфраструктуры [8].

Одним из важных направлений государственной поддержки является финансирование туристических проектов. Государственные субсидии, гранты и налоговые льготы могут значительно снизить финансовые риски для инвесторов, желающих вложить средства в развитие инфраструктуры. Это особенно актуально для новых регионов, где необходимы крупные вложения в строительство отелей, создание достопримечательностей и развитие транспортной сети [3]. Например, в России программа «Развитие внутреннего и въездного туризма» предоставляет поддержку регионам в виде федеральных субсидий, что позволяет ускорить процессы модернизации и увеличения привлекательности местности [9].

Программа развития Запорожской и Херсонской областей нацелена на максимальное использование их природного и рекреационного потенциала. В рамках этой программы предлагается провести инвентаризацию существующих туристических объектов, что позволит привести их в порядок и адаптировать для нужд местного населения [7].

Одной из ключевых задач является привлечение инвесторов для строительства новых объектов размещения, включая модульные средства размещения для туристов. Это станет важным шагом к созданию круглогодичной здравницы, способной привлечь туристов в регион [6].

В рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» осуществляется значительная поддержка развития туристической инфраструктуры Луганской Народной Республики (ЛНР), Донецкой Народной Республики (ДНР), Запорожской и Херсонской областей [1].

В 2024 году для Запорожской области предусмотрено финансирование в размере 191,5 миллионов рублей, предназначенное для строительства модульных гостиниц, которые будут возведены в городе Бердянск. В дополнение к этому, Донецкая Народная Республика получит около 22 миллионов рублей на строительство аналогичных модульных конструкций в текущем году. Ожидается, что в результате этих мероприятий в двух указанных субъектах будет построено около 200 гостиничных номеров до конца 2025 года [11].

Также новые регионы в этом году получили финансирование в размере 308 миллионов рублей в рамках единой субсидии, направленной на развитие туристического сектора. Данные средства позволят, в частности, осуществить благоустройство пляжей и приобрести туристическое оборудование, что создаст дополнительные условия для улучшения качества туристических услуг в регионе [12].

Для Херсонской области планируется разработка «мастер-плана» с акцентом на уникальные природные условия, что позволит гармонично интегрировать туристическую инфраструктуру с существующими природными ресурсами. Также предусмотрены

инициативы по улучшению связи, такие как строительство новых базовых станций и подключение социальных объектов, что повысит качество жизни жителей [2].

В рамках программы также планируется создание многофункциональных центров для улучшения обслуживания граждан и повышения доступности информации, а также передача комплектации спутникового телевидения для расширения медиапокрытия. Эта комплексная программа направлена на устойчивое развитие регионов и увеличение их туристической привлекательности.

Государственная поддержка также включает в себя разработку стратегий и планов по развитию туризма на уровне региона. Правительственные органы, такие как министерства культуры и туризма, могут инициировать исследования для выявления туристического потенциала региона, а также разрабатывать долгосрочные туристические программы [5].

В Херсонской области активно разрабатывается проект по созданию Центра морского туризма в городе Геническ, который будет нацелен на привлечение инвесторов для реализации инициатив в сфере туристической инфраструктуры. Этот центр планируется разместить на территории рыболовецкого завода.

Проект по созданию Центра морского туризма включает в себя два ключевых направления отдыха. Первое направление связано с морским туризмом, где предполагается организация яхтенной стоянки, детско-юношеского яхт-клуба, а также создание сервисной базы, которая будет обеспечивать обслуживание и ремонт морского транспорта. Это даст возможность не только развивать инфраструктуру для яхтсменов, но и повысить общий интерес к водным видам отдыха.

Второе направление связано с гастрономическим туризмом. Оно включает в себя устричное хозяйство, которое будет функционировать в рамках проекта, а также ресторан, специализирующийся на рыбных блюдах. Также предусмотрено создание выставочного центра, где будут проводиться экскурсии, гастрономические фестивали, форумы и мастер-классы, что позволит привлечь внимание как местных жителей, так и туристов [7].

Таким образом, данный проект направлен на комплексное развитие туристического потенциала региона через интеграцию морского и гастрономического туризма, что может значительно обогатить туристическую карту Херсонской области и повысить её привлекательность для инвесторов [4].

В Херсонской области активно разрабатываются новые перспективные проекты, направленные на развитие туристической инфраструктуры и привлечение бизнеса в сферу отдыха. Регион обладает уникальными природными особенностями и культурными ресурсами, которые могут стать основой для создания привлекательных туристических объектов.

Одним из центральных объектов станет Розовое озеро в Приозерном, известное своими живописными пейзажами и целебными свойствами. Это место может привлечь как любителей активного отдыха, так и тех, кто ищет спокойствие и умиротворение.

Сафари-парк в Счастливецце представляет собой еще одну интересную возможность для развития экотуризма. Здесь можно будет создать уникальные программы для семейного отдыха, сочетая знакомство с дикой природой и обучение.

Остров Джарылгач на Черном море обладает богатым биологическим разнообразием и красивыми пляжами, что делает его идеальным для создания курортной зоны. Туристы смогут насладиться пляжным отдыхом, водными видами спорта и экскурсиями по живописным местам.

Термально-минеральный источник в районе села Стрелковое имеет огромный потенциал для санаторного и wellness-туризма. Здесь можно открыть спа-комплексы и оздоровительные центры, что повысит привлекательность региона для туристов, стремящихся к восстановлению здоровья.

Соленые озера Арабатской стрелки, известные как «Мертвое море», предлагают уникальный опыт благодаря высокой минерализации воды и своей необычной экосистеме. Это

место станет интересным как для любителей пляжного отдыха, так и для тех, кто хочет попробовать оздоровительные процедуры на базе соляных вод.

Заповедник «Аскания-Нова» также представляет собой важный природный объект с высоким туристическим потенциалом. Его уникальная флора и фауна могут привлечь экологически ориентированных туристов.

Региональные власти готовы выступить соинвесторами этих проектов, предлагая покрыть до 50% затрат. Это создает дополнительные стимулы для бизнеса, который планирует развивать туристические объекты. Однако для оценки требуемого объема инвестиций необходимо сначала принять областной закон о туризме [7].

Важным шагом на пути к развитию туристической инфраструктуры является формирование списка объектов, нуждающихся в восстановлении и модернизации. Несмотря на то, что на данный момент в регионе наблюдается только «единичный туристический поток», Херсонская область обладает потенциалом для привлечения путешественников не только из России, но и из соседних стран, таких как Беларусь и другие государства СНГ. Это открывает новые горизонты для развития туризма и создания устойчивой экономики региона.

Одним из ключевых аспектов, которые нуждаются в государственной поддержке, является развитие инфраструктуры. Это включает в себя строительство дорог, аэропортов, железнодорожных станций, а также развитие городской инфраструктуры, обеспечивающей комфортное пребывание туристов [10]. Министерство курортов и туризма Херсонской области стремится увеличить число туристских поездок, объявляя о предоставлении субсидий из регионального бюджета для поддержки развития туристической инфраструктуры и привлечения большего потока отдыхающих. Это важный шаг к стимуляции экономического роста региона и созданию новых рабочих мест в сфере туризма (Таблица 1).

Таблица 1.

План развития туристической инфраструктуры [7]

Виды поддержки	Направления
Создание или развитие пляжей:	<ul style="list-style-type: none">✓ Обустройство береговых территорий, включая установку спасательных постов, санитарных узлов, зон для отдыха и спортивных площадок.✓ Проведение работ по очистке и укреплению береговой линии.✓ Разработка зон для активных видов отдыха, таких как водные виды спорта и пляжный волейбол.
Создание объектов кемпинг-размещения:	<ul style="list-style-type: none">✓ Постройка современных и комфортных кемпинговых площадок.✓ Приобретение оборудования для кемпингов, включая палатки, бытовые блоки, гриль-зоны и площадки для активного отдыха.✓ Оборудование зон для барбекю и общественных встреч, что увеличит привлекательность кемпингов для семейных групп и друзей.
Поддержка развития инфраструктуры туризма:	<ul style="list-style-type: none">✓ Инвестиции в дорожную инфраструктуру, что включает в себя ремонт и строительство подходов к туристическим объектам.✓ Создание удобных транспортных маршрутов для туристов, включая разработку информационных табличек и навигации.✓ Разработка туристических программ и создание местных информационных центров, где отдыхающие смогут получить материал о достопримечательностях, мероприятиях и возможностях отдыха.

Эти субсидии не только помогут улучшить качество услуг, предоставляемых в Херсонской области, но и увеличат привлекательность региона как туристического направления. Ожидается, что такой подход позволит удовлетворить растущий спрос на

активный отдых и экотуризм, а также поддержит местный бизнес. Инвестиции в транспортную сеть не только делают регионы более доступными для туристов, но и способствуют улучшению качества жизни местных жителей. В свою очередь, это может привлечь как временных, так и постоянных жителей, что положительно скажется на экономике региона.

Государственная поддержка в сфере туризма также включает в себя помощь местному бизнесу. Постановления о поддержке малых и средних предприятий, работающих в туристической сфере, могут способствовать созданию новых рабочих мест и увеличению объемов туристических услуг.

С учётом мировых трендов в области устойчивого развития, государственная поддержка должна учитывать экологические аспекты. Создание экологически чистой инфраструктуры, развитие экотуризма и охрана природных ресурсов обеспечивают не только долгосрочную привлекательность региона, но и его безопасность для будущих поколений [6]. Для новых регионов, где природные и культурные ресурсы могут быть ограничены, такая поддержка особенно важна.

Интеграция новых регионов в социально-экономическое и правовое пространство России – это комплексный процесс, требующий системного подхода и учета специфики новых территорий. Учитывая особенности этих регионов, необходимо разрабатывать и реализовывать соответствующие стратегии в различных сферах, включая образование, спорт, инвестиции, цифровизацию и связь.

Таким образом, государственная поддержка играет неотъемлемую роль в развитии туристической отрасли регионов России. Эффективное сочетание финансирования, стратегического планирования, инвестиционной политики и маркетинга может существенно изменить ситуацию, превращая новые регионы в привлекательные направления для туристов. Сложные задачи, стоящие перед государственными органами, требуют всестороннего подхода и интеграции усилий всех заинтересованных сторон для достижения устойчивого и эффективного развития туристической отрасли.

Список литературы

1. Актуальные меры поддержки. РосТуризм. [Электронный ресурс]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/deyatelnost/aktualnye-mery-podderzhki>
2. Внутренний и въездной туризм – Правительство России. <http://government.ru/rugovclassifier/500/events/>
3. Добрынина, Я.С. Кластеризация как инструмент маркетингового управления и развития регионального туризма: постановка проблемы. / Добрынина, Я.С., Околынишникова И.Ю. // Экономический вестник ИПУ РАН. – 2020. – № 1 (1). – с. 72–82.
4. Карпова, Ю.И. Подходы к содержанию понятий «организованный туризм», «неорганизованный туризм» и «самодеятельный туризм» / Карпова, Ю.И., Ходыкина А.Ф. // Курортнорекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы. – 2022. – № 1. – с. 206–209.
5. Киреева, М.М. Методический подход к оценке использования ресурсного потенциала территорий для развития внутреннего туризма / Киреева, М.М., Павленко И.Г. // Journal of New Economy. – 2021. – № 22 (2). – с. 23–43.
6. Матвеева, С. В. Тенденции развития внутреннего туризма в России // Вестник туризма. – 2021. – № 1. – С. 60–65
7. Министерство курортов и туризма Херсонской области – Правительство Херсонской области. – URL: <https://gov.kh.gov.ru/documentation/npaisp/ministerstvo-kurortov-i-turizma/>
8. Нюренбергер, Л.Б. Подходы к развитию регионального туризма в контексте турбулентности экономики впечатлений / Нюренбергер, Л.Б., Петренко Н.Е., Шурбе В.З., Курнявкин А.В., Приставка М.В. // Экономика, предпринимательство и право. – 2021. – № 12. – с. 2967–2978. – doi: 10.18334/epp.11.12.113859.

9. О развитии внутреннего туризма в Российской Федерации | Совет Федерации Федерального Собрания Российской Федерации. – URL: <http://council.gov.ru/activity/documents/121949/>
10. *Петрова, А. В.* Культурно-исторический туризм как фактор устойчивого развития региона // Туризм и рекреация. – 2020. – № 4. – С. 25–30.
11. Субсидии в сфере туризма | Национальные проекты России. – URL: <https://национальныепроекты.рф/news/subsidii-v-sfere-turizma/>
12. Управление статистики. (2024). Анализ туристических потоков в новые регионы России. – URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>

УДК 338.48

Бражникова Лариса Николаевна,

зав. отделом государственного регулирования и планирования экономики
доктор экономических наук, профессор,
ГБУ «Институт экономических исследований»,

Мызников Иван Александрович,

доцент кафедры менеджмента в производственной сфере
кандидат экономических наук
ФГБОУ ВО «ДОНАУИГС»

СТРАТЕГИЧЕСКИЕ ОРИЕНТИРЫ ГОСУДАРСТВЕННОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ДОНЕЦКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *туризм, государственное регулирование, стратегия, нетуристические маршруты.*

АННОТАЦИЯ. *В статье анализируются вопросы государственного регулирования развития туризма. Представлены основные предпосылки, преимущества и ограничения развития туризма в Донецком регионе. Обоснована целесообразность формирования новых, соответствующих современным реалиям стратегических ориентиров государственного регулирования развития туризма в Донецкой Народной Республике.*

Brazhnikova Larisa Nikolaevna ,

Head of the Department of State Regulation and Economic Planning,
Doctor of Economics, Professor,
GBU "Institute of Economic Research",

Myznikov Ivan Alexandrovich,

Associate Professor of the Department of Management in the Industrial sphere
Candidate of Economic Sciences
DONAUIGS Federal State Budgetary Educational Institution

STRATEGIC GUIDELINES FOR STATE REGULATION OF TOURISM DEVELOPMENT IN THE DONETSK PEOPLE'S REPUBLIC

KEYWORDS: *tourism, government regulation, strategy, non-tourist routes*

ANNOTATION. The article analyzes the issues of state regulation of tourism development. The main prerequisites, advantages and limitations of tourism development in the Donetsk region are presented. The purposefulness of the formation of new strategic guidelines for state regulation of tourism development in the Donetsk People's Republic, corresponding to modern realities, is substantiated.

Актуальность исследования определяется высокой значимостью туристической индустрии для социально-экономического развития каждого региона и страны в целом. Наряду с развитием промышленности, развитие туризма (РТ) признается одним из самых приоритетных направлений восстановления экономики, имеющим низкие показатели срока окупаемости, создающим мультипликативный эффект и демонстрирующим высокие темпы роста.

В свою очередь РТ, как один из эффективных инструментов восстановления и ускоренного социально-экономического развития региона, напрямую зависит от решения на практике множества конкретных задач государственного регулирования (ГР). Особую актуальность решение этих задач приобретает для Донецкой Народной Республики (ДНР) в сложившейся действительности, когда ее социальная и экономическая сферы требуют новых импульсов в своем развитии.

Инструменты обеспечения стратегии, модели современных стратегий государственного регулирования развитием туристической индустрии исследовали многие именитые ученые, среди которых М.Е. Портер, Ф. Котлер, Дж. Боуэн; Дж. Майкенз и др. Анализ научных исследований отечественных и зарубежных ученых [1] позволил установить, что в новых исторических реалиях социально-экономического развития ДНР с учетом интеграционных процессов сложились объективные условия для возможности достижения конкурентного уровня продуктивности туристической индустрии и конкурентоспособности ее продуктов на общероссийском рынке туристических услуг. В то же время исследования показали целесообразность обоснования новых направлений и целей РТ на спорадически нетуристических маршрутах ДНР, которые ориентированы на создание новой модели стратегии, позволяющей обеспечить удовлетворение реальных и потенциальных потребностей туристов и основанной на заинтересованности государства и субъектов туристического бизнеса.

Целью исследования является обоснование целесообразности определения новых, соответствующих современным реалиям стратегических ориентиров ГР РТ на спорадически нетуристических маршрутах ДНР.

Результаты исследования базируются на мировом опыте, который свидетельствует, что туризм в настоящее время является одной из наиболее высокодоходных отраслей экономики, обладающей мультипликативным эффектом, и оказывает значительное влияние на развитие региона (страны) путем обеспечения занятости части населения, поддержания платежеспособного баланса, оказания стимулирующего воздействия на другие отрасли региональной экономики и рост ВВП. Вышесказанное обосновывает целесообразность развития туристической индустрии в России, а также усиления государственного воздействия на туризм как сектор экономики, поскольку фундаментальным компонентом процесса развития туризма является его государственное регулирование.

Регионы России обладают богатейшим туристическим потенциалом, который может стать мощнейшим катализатором социально-экономического развития каждого из них и страны в целом, а также генератором дополнительных доходов населения и пополнения региональных бюджетов. В связи с этим РТ в России как одного из видов хозяйственной деятельности, для которого ГР является обязательным, получило закрепление в законодательных и программных документах.

Законодательством Российской Федерации о туристской деятельности под туризмом понимаются временные выезды в различных целях «...без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» [7].

Процесс РТ и его регулирование в РФ в последнее время претерпел значительные изменения, вызванные глобальными ограничениями в связи с санкционной политикой Запада и пандемией COVID-19.

В связи с вышеизложенными ограничениями разработаны программы по поддержке туристической отрасли и стратегии дальнейшего ее развития. Так, например, одной из таких программ стала программа государственного субсидирования поездок по России, разработанная Федеральным агентством по туризму. В рамках этой программы туристы могут оплатить тур картой «Мир» и получить кэшбэк 20% его стоимости [3].

В рамках Стратегии развития туризма в России до 2035 года предполагается реализация трёх федеральных проектов: развитие туристической инфраструктуры и создание качественных турпродуктов, повышение доступности и информированности о туристических продуктах, совершенствование управления в сфере туризма [4].

В качестве документа долгосрочного планирования по развитию сферы туризма в ДНР разработана и утверждена в декабре 2020 г. Министерством молодежи, спорта и туризма «Стратегия развития внутреннего и въездного туризма на территории Донецкой Народной Республики на 2021-2025 гг.» [5]. Стратегия направлена на проведение комплекса подготовительных мероприятий и внедрение тех из них, которые могли быть реализованы в реальных условиях того периода (военного противостояния, политической и экономической блокады, непризнанной государственности), а также на создание предпосылок для внедрения наиболее значимых и капиталоемких направлений после окончания военного конфликта.

В настоящее время, с вхождением ДНР в состав Российской Федерации на правах субъекта [6] открылись более широкие возможности для развития регионального туризма в процессе интеграции в российское правовое и экономическое поле, в связи с чем некоторые стратегические ориентиры, представленные в документе [5], потеряли свою актуальность. Стратегическая ориентация ГР дальнейшего развития туризма в ДНР в императиве интеграционных преобразований может быть осуществлена исключительно на анализе современных преимуществ и ограничений текущего состояния туристического потенциала.

Донецкий регион обладает достаточно внушительным туристско-рекреационным потенциалом. На ее территории сосредоточены уникальные природные и рекреационные ресурсы, объекты культурного и исторического наследия. Донецкая земля славится бесценными заповедными территориями и выдающимися памятниками природы, имеющими гидрологический, геологический и биологический характер происхождения, богатым историческим прошлым, многочисленными историческими и культурными достопримечательностями, десятками уникальных производств, курортными комплексами.

Так, по состоянию на 2023 г., согласно данным Донецкого республиканского краеведческого музея, природно-заповедный фонд ДНР составлял более 4 % от всей территории и превышал 100 тыс. га. Сюда относятся, например, знаменитый особо охраняемый комплекс «Степь Донецкая», включающий «Хомутовскую степь», «Каменные могилы», «Кальмиусское отделение» и «Меловую флору»; национальный природный парк «Меотида», расположенный вдоль побережья Азовского моря (территория более 30 тыс. га); республиканский ландшафтный парк «Донецкий кряж», расположенный в Шахтерском и Амвросиевском районах [2].

На территории Республики зарегистрировано более 50 ландшафтных, ботанических, орнитологических, энтомологических, лесных и геологических заказников государственного и местного значения. Самый известный и большой по площади – это лесной заказник общегосударственного значения «Великоанадольский лес». В ее границах установлено 35 памятников природы и создано 12 заповедных урочищ. Наибольшей площадью (536 га)

обладает урочище «Мариупольская лесная дача», через территорию которого проходит автотрасса Симферополь-Москва.

В природно-заповедный фонд Республики также входит один из крупнейших по площади ботанических садов в Европе (203 га) – Донецкий ботанический сад, расположенный в северо-восточной части г. Донецка [2]. Обладание богатейшим природно-заповедным фондом является предпосылкой для развития экотуризма, геотуризма, садового туризма в ДНР.

Регион обладает бальнеологическими ресурсами (минеральные источники и лечебные грязи), сосредоточенными в Новоазовском и Тельмановском районах и способствующими развитию лечебно-оздоровительного туризма, а также водными ресурсами, представленными возможностями развития морского, пляжного и детского туризма на побережье самого мелкого и хорошо прогреваемого Азовского моря.

На территории Региона находится 2340 памятников истории и культуры (например, легендарная, овеянная историей, Саур-Могила), а также множество музеев, среди которых: Донецкий республиканский краеведческий музей, военно-исторический музей Великой Отечественной войны, Донецкий республиканский художественный музей (г. Донецк), музей дважды Героя Советского Союза космонавта Г.Т. Берегового (г. Енакиево), музей миниатюрной книги им. В.А. Разумова (г. Горловка) и др.

В Республике насчитывается 7 театрално-зрелищных площадок (театр оперы и балета им. А.Б. Соловьяненко, музыкально-драматический театр им. М.М. Бровуна, филармония, цирк «Космос», театр кукол, театр юного зрителя, и цифровой планетарий), а также 10 кинотеатров.

Среди значительного количества имеющихся в Регионе мест отдыха особого внимания заслуживают: Донецкий ботанический сад, парк кованых фигур, парк культуры и отдыха им. А.С. Щербакова, парк им. Ленинского Комсомола, бульвар им. А.С. Пушкина, современный аквапарк «Аква сфера», парк культуры и отдыха им. Г.И. Петровского (г. Донецк), а также парки культуры и отдыха в городах Горловка, Енакиево, Кировское, Харцызск и др.

В ДНР находится более трех десятков научно-исследовательских институтов и высших учебных заведений, что способствует развитию научного и молодежного туризма. Идущие процессы восстановления разрушенных и возведения новых православных храмов, могут позитивно повлиять на развитие религиозного туризма.

Проводимые Республикой ежегодные мероприятия, среди которых международные и республиканские фестивали (музыкального искусства «Прокофьевская весна», кузнечного мастерства, экстремальных видов спорта и активных видов отдыха «Донбасс Экстрим Фест»), физкультурно-спортивные соревнования («Забег героев»), чемпионаты (по авто и мотоспорту «Донбасс патриот трофи») и др. способствуют развитию музыкального, событийного и экстремального туризма.

Растущий интерес у российских туристов вызывают героическое настоящее жителей ДНР, героическая история Донбасса, а также поликультурные традиции его многонационального народа, что способствует развитию политического, культурно-познавательного, солидарного, альтернативного, тематического туризма и туризма наследия милитаризма, а наличие множества уникальных промышленных объектов – делового и индустриального туризма.

Туристская инфраструктура в ДНР, согласно данных Главного управления статистики по состоянию на 2020 год, представлена 92 субъектами хозяйствования, предоставляющими услуги по временному размещению, из которых непосредственно на территории г. Донецка можно выделить гостиницы «Донбасс Палас», «Шахтар Плаза», «Атлас Донецк», бизнес-отель «Централь», «Парк Инн». Следует также отметить активное развитие инфраструктуры ресторанного бизнеса Республики, как составной части индустрии туризма. Кроме того, с

целью возобновления организаций экскурсий по региону планируется создание центра развития туризма [8].

Возможности Донецкого региона для развития туристической индустрии увеличиваются благодаря выгодному географическому положению на развилке транспортных сообщений материковой части России с полуостровом Крым, благоприятным природно-климатическим условиям, богатому историко-культурному достоянию.

Выполненный анализ позволяет сделать вывод, что ДНР обладает внушительным туристическим потенциалом. Однако этот потенциал в настоящее время не в полной мере востребован туристами в результате отсутствия безопасности, потребность в которой лежит в основании широко известной пирамиды Маслоу, что требует совершенствования модели ГР РТ на спорадически нетуристических маршрутах ДНР.

Кроме того, материально-техническая база туристической инфраструктуры за годы военного противостояния была либо разрушена, либо морально и физически устарела и потеряла возможность для создания конкурентоспособного туристического продукта. В связи с вышеизложенным Донецкий регион стал малопривлекательным (и даже одиозным) регионом как для въездного так и для внутреннего туризма. А в условиях значительных ограничений других возможностей социально-экономического развития ДНР указанные риски и угрозы становятся существенным барьером, препятствующим долгосрочному росту ее экономики и качества жизни населения.

Таким образом, исследование проблем РТ в ДНР приводит к следующим выводам. Наличие объективных благоприятных предпосылок и значительных ограничений обосновывает целесообразность изменения стратегических ориентиров его государственного регулирования.

В связи с вышеизложенным развитие туризма в регионе потребует привлечения более значительных инвестиционных ресурсов, чем в других регионах РФ и использования более эффективных инструментов ГР.

Кроме того, подводя итог проведённому исследованию, необходимо отметить, что стратегические ориентиры эффективного ГР РТ в Донецком регионе в условиях развёртывания туристической индустрии на прифронтовых территориях должны быть направлены на использование комплексного подхода, обеспечивающего реализацию совокупности основных принципов, известных в мировой практике. К ним могут быть отнесены следующие: преодоление политических, экономических и социальных проблем, препятствующих РТ; формирование новой модели стратегии развития туризма; рациональное использование ресурсов, обеспечивающих эффективное развитие туризма; развитие новых форм туристической индустрии; формирование эффективной политики стимулирования туристического бизнеса; изменение условий производства туристических услуг, обеспечивающих рост их качества; активное привлечение инвестиций в региональную туристическую индустрию; внедрение новых технологий в развитие туристической деятельности; построение единой региональной туристической инфраструктуры, ориентированной, прежде всего, на внутреннего потребителя, путём восстановления и развития ее объектов и сети; развитие внутреннего туризма преимущественно в форме социального, т.е. пользующегося поддержкой государства; создание социального и психологического портрета потенциального потребителя туристических услуг; трансформация территории Республики в места постоянного функционирования туристических потоков; формирование позитивного имиджа ДНР путем поступательного перенесения акцентов с военно-политической сферы в научную и культурную; формирование эффективной информационно-рекламной и маркетинговой системы по проведению регионального туристического продукта на общероссийский рынок, развитие тех видов туризма, которые способны оказать максимальное стимулирующее воздействие на развитие других отраслей экономики ДНР; совершенствование методов стимулирования РТ посредством механизма налогообложения.

Список литературы

1. Донскова, Л. И. Вопросы государственного регулирования туризма и туристическая политика: зарубежный и российский опыт [Текст] / Л. И. Донскова, А. Л. Баранников, А. Г. Редькин // Государственная служба. – 2022. – № №1 (135). – С. 86-92.
2. Заповедные территории Донецкой Народной Республики. / [Электронный ресурс] // ГБУ Донецкий республиканский краеведческий музей: [сайт]. – URL: vk.com>@drkm_official-zapovednye-territorii-... (дата обращения 23.08.2024).
3. Путешествуем по стране. / [Электронный ресурс] // : [сайт]. – URL: <https://rg.ru/2021/03/02/kak-vlasti-podderzhali-turisticheskuiu-otrasl-vo-vremia-pandemii.html> (дата обращения 23.08.2024).
4. Стратегия развития туризма в Российской Федерации в период до 2035 года. / [Электронный ресурс] // : [сайт]. – URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiyatuznizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения 23.08.2024)
5. Стратегия развития внутреннего и въездного туризма на территории Донецкой Народной Республики на 2021-2025 гг. / [Электронный ресурс] // : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/406209839/> (дата обращения 23.08.2024).
6. Федеральный конституционный закон от 4 октября 2022 г. № 5-ФКЗ «О принятии в Российскую Федерацию Донецкой Народной Республики и образовании в составе Российской Федерации нового субъекта – Донецкой Народной Республики». 5 октября 2022. Одобрен Государственной Думой 3 октября 2022 года. Одобрен Советом Федерации 4 октября 2022 года. / [Электронный ресурс] // : [сайт]. – URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/405281303/> (дата обращения 23.08.2024).
7. Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. N 132-ФЗ "Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» с изменениями и дополнениями). / [Электронный ресурс] // : [сайт]. – URL: <https://base.garant.ru/136248/> (дата обращения 23.08.2024).

УДК 338.2

Россейкин Денис Владимирович,
магистрант 2 курса, направление 38.04.02 Менеджмент
профиль «Управление проектами»

Лукьянова Елена Юрьевна,
SPIN-код: 6082-6078
Научный руководитель, кандидат экономических наук,
доцент кафедры менеджмента, сервиса и туризма
ФГБОУ ВО «Херсонский государственный педагогический университет»

СПЕЦИФИКА МОДЕЛИРОВАНИЯ ПРОЦЕССОВ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ В СФЕРЕ БИЗНЕС-СЕРВИСА

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *предприятие, бизнес сервис, процесс, моделирование, ИТ средство.*

АННОТАЦИЯ. *Статья рассматривается специфика моделирования бизнес-процессов предприятия в сфере бизнес сервиса. Предлагается ИТ-средство для решения этой задачи. Приводятся преимущества от реализации предложений*

Rosseikin Denis Vladimirovich,

2nd year undergraduate, direction 38.04.02 Management
profile "Project Management"

Lukyanova Elena Yurievna,

SPIN code:6082-6078

Scientific supervisor, candidate of Economic Sciences,

Associate Professor of the Department of Management, Service and Tourism

Kherson State Pedagogical University

THE SPECIFICS OF PROCESS MODELING AT ENTERPRISES IN THE FIELD OF BUSINESS-SERVICES

KEYWORDS: *enterprise, business service, process, modeling, IT tool.*

ANNOTATION. *The article discusses the specifics of modeling business processes of an enterprise in the field of business service. An IT tool is proposed to solve this problem. The advantages of implementing the proposals are given*

Моделирование бизнес-процессов предприятия в сфере бизнес сервиса – важнейший инструмент грамотного и результативного управления. Компании не работают с максимальной эффективностью сами по себе: процессы необходимо постоянно анализировать, оптимизировать, а иногда и полностью реорганизовать. И моделирование – первый шаг к такому управлению. Разложив деятельность на компоненты, каждый из которых включает определенную цепь операций, легче увидеть узкие места и ошибки, спрогнозировать риски на каждом из этапов. В краткосрочной перспективе это позволит выстроить более эффективные бизнес-процессы, а в долгосрочной – поможет компании адаптироваться и совершенствоваться в соответствии с меняющимися условиями и целями.

Моделирование бизнес-процессов – один из методов повышения эффективности и прозрачности работы организации. В его основе лежит процессный подход к управлению: процессы описываются через присущие им элементы – действия, данные, события, материалы. Полученное описание позволяет глубоко разобраться в бизнес-процессах, увидеть потенциал их улучшения и эффективно организовать взаимодействие всех участников.

Системное моделирование бизнес-процессов может быть выражено в виде блок-схем, диаграмм, таблиц, сценариев и т.д. Способы, выбранные для наглядного отображения элементов, называются методами моделирования.

Отсутствие формализованных бизнес-процессов может привести к тому, что внутреннее развитие компании не успевает за ростом бизнеса и рыночными изменениями, возникают «болезни роста», процессы становятся все более хаотичными. Если же показатели деятельности перестают устраивать руководителей, нет возможности выявить проблемные точки и наиболее перспективные направления улучшений.

Автоматизация процесса моделирования бизнес-процессов предприятия может принести множество различных преимуществ:

1. Увеличение эффективности: автоматизированные инструменты позволяют быстрее и точнее создавать модели бизнес-процессов, упрощая процесс их анализа и оптимизации.

2. Сокращение времени на разработку: автоматизированные средства моделирования позволяют создавать модели бизнес-процессов быстрее и легче, что позволяет экономить время и ресурсы.

3. Улучшение коммуникации: визуальные модели бизнес-процессов, созданные с помощью автоматизированных инструментов, легче понимаются и используются для коммуникации между участниками процесса.

4. Интеграция с другими системами: некоторые автоматизированные инструменты для моделирования бизнес-процессов могут быть интегрированы с другими системами предприятия, что обеспечивает более глубокий анализ и управление процессами.

5. Улучшение принятия решений: автоматизированные инструменты позволяют проводить симуляции и анализ различных вариантов бизнес-процессов, что помогает принимать обоснованные решения по их оптимизации.

При моделировании бизнес-процессов предприятия необходимо учитывать следующие важные аспекты:

1. Цели и стратегия предприятия: важно понимать, какие цели и стратегические задачи ставит перед собой предприятие, чтобы моделирование бизнес-процессов соответствовало этим целям.

2. Участники и роли: необходимо определить всех участников бизнес-процесса, их роли, ответственности и взаимодействие между ними.

3. Входы и выходы: важно четко определить, какие данные, ресурсы и информация входят в процесс, а также какие результаты и продукты процесса должны быть получены на выходе.

4. Шаги и последовательность: определение шагов и последовательности выполнения действий в рамках бизнес-процесса, чтобы обеспечить эффективность и оптимальное выполнение задач.

5. Ресурсы и технологии: необходимо учитывать доступные ресурсы (люди, технологии, оборудование) для выполнения процесса, чтобы оптимизировать его выполнение.

6. Контроль и мониторинг: важно предусмотреть механизмы контроля и мониторинга выполнения бизнес-процесса для обеспечения его эффективности и соответствия целям предприятия.

7. Оптимизация и улучшение: после создания модели бизнес-процесса важно проводить анализ и оптимизацию процесса для улучшения его эффективности и соответствия стратегическим целям предприятия.

Учитывая эти аспекты в процессе моделирования бизнес-процессов предприятия, можно создать качественные модели, которые помогут организации эффективно управлять своей деятельностью и достигать поставленных целей.

Для удовлетворения требований стандарта ISO 9001:2015, интеграции с другими программными комплексами по управлению предприятием, анализа базы для принятия решений, симуляции смоделированной системы и сопровождения при реализации бизнес-процессов можно рассмотреть несколько программных продуктов, автором статьи в результате анализа был выбран ARIS (Software AG).

ARIS – это комплексное программное обеспечение для управления бизнес-процессами, которое соответствует стандартам ISO 9001:2015. Он обладает возможностями интеграции с другими системами управления предприятием, анализа процессов для принятия решений, симуляции процессов и поддержки в процессе реализации изменений.

Методология ARIS предполагает определенный подход к формализации информации о деятельности организации и представление ее в виде графических Модели, создаваемые по методологии ARIS, отражают существующую ситуацию с той или иной степенью приближенности. Степень детализации описания зависит от целей проекта, в рамках которого проводится моделирование.

Модели ARIS могут быть использованы для анализа и выработки различного рода решений по реорганизации деятельности предприятия, в том числе по внедрению информационной системы управления, разработке систем менеджмента качества. Методология ARIS реализует принципы структурного анализа и позволяет определить и отразить в моделях основные

компоненты организации, протекающие процессы, производимую и потребляемую продукцию, используемую информацию, а также выявить взаимосвязи между ними.

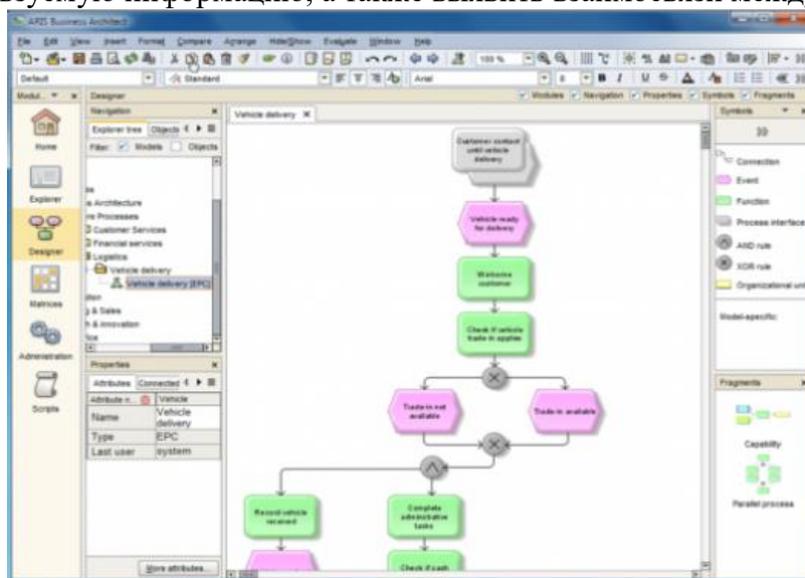


Рис. 1. Интерфейс ARIS

Создаваемые модели представляют собой документированную совокупность знаний о системе управления, включая организационную структуру, протекающие процессы, взаимодействия между организацией и субъектами рынка, состав и структуру документов, последовательность шагов процессов, должностные инструкции отделов и их сотрудников. В отличие от других подходов, методология ARIS предполагает хранение всей информации в едином репозитории, что обеспечивает целостность и непротиворечивость процесса моделирования и анализа, а также позволяет проводить верификацию моделей.

Преимущества методологии ARIS:

- возможность рассматривать объект с разных точек зрения;
- дифференцированный взгляд на анализируемый объект;
- разные уровни описания, обеспечивающие поддержку концепции жизненного цикла систем;
- богатство методов моделирования, отражающих различные аспекты исследуемой предметной области, позволяет моделировать широкий спектр систем (организационно-хозяйственных, технологических и прочих);
- единый репозитории; все модели и объекты создаются и хранятся в единой базе проекта, что обеспечивает построение интегрированной и целостной модели предметной области;
- возможность многократного применения результатов моделирования;
- накопленное корпоративное знание о всех аспектах деятельности организации может служить основой разработки проектов непосредственно в среде ARIS и с использованием интерфейсов и других средств.

ARIS может помочь с решением следующих задач:

1. Моделирование бизнес-процессов: ARIS позволяет создавать графические модели бизнес-процессов, которые помогают организациям понять, оптимизировать и управлять своими процессами.

2. Управление бизнес-архитектурой: ARIS позволяет создавать модели организационной структуры, информационных потоков, систем и данных, что помогает организациям лучше понимать свою бизнес-архитектуру и принимать обоснованные решения в компании.

3. Анализ и оптимизация процессов: ARIS предоставляет инструменты для анализа процессов, выявления узких мест и оптимизации.

4. Документирование и управление знаниями: ARIS позволяет документировать процессы, структуры и знания организации, обеспечивая доступ к актуальной информации всем заинтересованным сторонам.

ARIS используется в различных отраслях: финансы, производство, государственное управление и другие, для улучшения операционной эффективности, сокращения издержек и повышения конкурентоспособности.

Стоимость ARIS может варьироваться в зависимости от версии продукта, количества лицензий и дополнительных услуг. Обычно цены начинаются от нескольких тысяч долларов за лицензию. Если взять, например, период использования год и предположить, что пользователь только один, то стоимость будет составлять 259200 рублей (по состоянию на март 2024 г.). Стоимость программного продукта для моделирования бизнес-процессов может быть скомпенсирована за счёт следующих факторов:

1. Эффективность и оптимизация процессов: использование программного обеспечения позволяет оптимизировать бизнес-процессы, улучшить операционную эффективность, сократить издержки.

2. Улучшение качества принимаемых решений: программное обеспечение для моделирования бизнес-процессов позволяет анализировать и симулировать различные сценарии выполнения процессов.

3. Увеличение прозрачности и контроля: программа для моделирования бизнес-процессов улучшает прозрачность и контроль выполнения процессов.

4. Сокращение времени на внедрение новых процессов: использование специализированного программного обеспечения может значительно ускорить процесс внедрения новых бизнес-процессов или изменений в существующих.

5. Повышение конкурентоспособности: эффективное моделирование бизнес-процессов с использованием специализированного программного обеспечения может помочь предприятию быть более конкурентоспособным, привлекать новых клиентов и удерживать существующих за счёт улучшения качества услуг и оптимизации всех процессов в компании.

Таким образом, инвестиции в программное обеспечение для моделирования бизнес-процессов могут окупиться за счёт повышения эффективности, сокращения издержек, улучшения качества принимаемых решений и общей конкурентоспособности предприятия. На сегодняшний день компетенции, связанные с моделированием и анализом бизнес-процессов актуальны во всех сферах. Моделирование бизнес-процессов – это эффективное средство поиска путей оптимизации деятельности компании, позволяющее определить, как компания работает в целом и как организована деятельность на каждом рабочем месте.

Список литературы

- 1 *Борщевский, Г. А.* Управление государственными программами и проектами : учебник для вузов / Г. А. Борщевский. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 299 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-17196-9. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/532578> (дата обращения: 16.01.2024).
- 2 *Шкурко, В. Е.* Управление рисками проекта : учебник для вузов / В. Е. Шкурко ; под научной редакцией А. В. Гребенкина. – 2-е изд. – Москва : Издательство Юрайт, 2023. – 163 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-16836-5. – Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. – URL: <https://urait.ru/bcode/531867> (дата обращения: 16.01.2024).

УДК 394.91

Мендельсон Вероника Александровна,

к. филол. н., доцент кафедры «Сервисных технологий»

ФГБОУ ВО «Казанский национальный исследовательский технологический университет»,
г. Казань

**МЕЖКУЛЬТУРНОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ И
МЕСТНОГО НАСЕЛЕНИЯ В РАМКАХ ИСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО И
ПОЗНАВАТЕЛЬНОГО ТУРА
(НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ ТАТАРСТАН И Г. КАЗАНЬ)**

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *местные жители, туристы, межкультурное взаимодействие, коммуникация, культура, менталитет.*

АННОТАЦИЯ. *Статья посвящена обзору теоретической базы и практических рекомендаций по организации межкультурного взаимодействия между местным населением туристской территории и ее гостями на примере организации событийных мероприятий на территории Республики Татарстан и г. Казани в рамках историко-культурных и познавательных туров*

Mendelssohn Veronika Alexandrovna,

Ph.D., Associate Professor of the Department of «Service Technologies»

Kazan National Research Technological University,
Kazan

**INTERCULTURAL INTERACTION OF FOREIGN TOURISTS AND THE LOCAL
POPULATION WITHIN THE FRAMEWORK OF A HISTORICAL, CULTURAL AND
EDUCATIONAL TOUR (ON THE EXAMPLE OF THE REPUBLIC OF TATARSTAN
AND KAZAN)**

KEYWORDS: *local inhabitants, tourists, intercultural interaction, communication, culture, mentality.*

ANNOTATION. *The article is devoted to the main ways of intercultural interaction and communication between the local residents of the tourist territory and the tourists visiting the destination during a cultural, historical or educational tour based on the example of the Republic of Tatarstan and the city of Kazan*

Вопросы взаимодействия между туристами и местным населением территории заинтересовали научную общественность относительно недавно, в XX столетии, когда в связи с бурным развитием транспортной системы, появлением новых средств передвижения, путешествия стали массовым явлением. Появилась необходимость изучения социологических аспектов туризма. И если в самом начале развития социологии туризма ученые только интересовались мотивами путешествия и взаимодействием туристов в составе группы, то к 60-70 годам предметом анализа стали вопросы влияния туризма на местные сообщества, его экономические и социологические последствия.

Казань, столица Республики Татарстан, по данным портала бронирования квартир и отелей ТВИЛ, в 2024 году вошла в топ-пять туристических направлений страны. Туристический поток в город за последние 19 лет, прошедших с момента празднования тысячелетнего юбилея города в 2005 году постоянно увеличивается [Бердникова, Иванов 2015]. По словам мэра г. Казани И. Метшина, в 2005 году, в Год тысячелетия Казани, к нам

приехали 460 тыс. туристов, то 2023 год город завершил, превысив отметку в 4 миллиона туристов, т.е. превысив уровень допандемийного 2019 года. К 2030 власти города ставят цель принять 5 млн. гостей».

Однако, у подобной перспективы если несколько аспектов. Не вызывает сомнений тот факт, что развитие туризма в городе чрезвычайно благотворно влияет на экономику, благосостояние, развитие инфраструктуры города и появление новых рабочих мест. За последние несколько лет увеличилось количество средств размещения и питания в городе, культурно-досуговых мероприятий, развивалась транспортная и дорожная инфраструктура. В городе Казани в частности и Республике Татарстан в целом появился целый ряд регулярных и разовых событийных мероприятий, которые с большим удовольствием посещают как туристы, так и местные жители. К подобным мероприятиям можно отнести следующие категории мероприятий:

Спортивные. После проведения ряда крупных международных спортивных соревнований, таких как Всемирные студенческие игры 2013 года, Чемпионат мира по водным видам спорта 2015 года, Кубок конфедераций 2017, ряд матчей Чемпионата мира по футболу 2018 года, этапы чемпионата мира по легкой спортивной авиации Red Bull Air Race 2018, 2019, мировой чемпионат рабочих профессий WorldSkills 2019, Казань получила неофициальный титул спортивной столицы России. На 2024 запланировано проведение Игр Будущего и Игр стран членов БРИКС.

Культурные. В Казани ежегодно проходят международные фестивали: оперный фестиваль им. Ф.И. Шаляпина, фестиваль балета им. Р. Нуриева, классической музыки им. С. Рахманинова, оперный open air фестиваль «Казанская осень», фестиваль современной музыки «Конкордия», фестиваль фолк- и рок-музыки «Сотворение мира», литературный фестиваль «Аксёнов-фест», фестиваль мусульманского кино «Золотой Минбар» (с 2010 года – Казанский международный фестиваль мусульманского кино), фестиваль ролевых игр «Зиланткон», многочисленные фестивали и конкурсы федерального и республиканского уровня.

Деловые. Казань – один из ключевых центров деловой активности, получивший высокую оценку в сфере МICE-туризма и ставший победителем международной премии VBT Awards Russia & CIS как лучшее место для делового туризма в России и ближнем зарубежье. Здесь проводились такие мероприятия, как Гастрономические.

В 2018 году город был отмечен премией авторитетного издания «National Geographic» как город с самой вкусной кухней. Наличие таких традиционных мероприятий, как крупнейший в стране Гастрономический фестиваль «Вкусная Казань» (65 тысяч посетителей) и зимний фестиваль-ярмарка «КышДаКар фест» (более 200 тысяч посетителей) в полной мере раскрывает гастрономический и туристический потенциал нашего города. Учитывая все вышеперечисленное, в 2020 году Комитет по развитию туризма г. Казани вышел с предложением подать заявку на регистрацию бренда «Казань – гастрономическая столица России», и уже 22 января 2021 года товарный знак был получен.

Вышеперечисленные событийные мероприятия являются своеобразным «местом встречи» местных жителей и туристов. Поэтому в первую очередь они могут стать моментом межкультурного взаимодействия между туристами и представителями местного населения. Однако для того, чтобы турист чувствовал себя в городе комфортной и безопасно, необходимо готовить местных жителей к так называемому «приему гостей». Этим путем и двигались в Казани в самом начале ее становления в качестве развитой туристской дестинации.

Перед проведением Всемирных студенческих игр в 2013 году, которые, как предполагалось, должны были привезти в город порядка 12 000 спортсменов из 160 стран, 20000 волонтеров, 50000 болельщиков и туристов, а также представителей СМИ, была проведена планомерная работа с местными жителями, позволившая в дальнейшем вовлечь их в туристическую деятельность.

Во-первых, местным жителям была предоставлена возможность планирования развития туристической дестинации. Жителям Казани была дана возможность повлиять на

процесс реорганизации инфраструктуры города при помощи участия в различных опросах и голосованиях. По мнению ряда исследователей [Gonzalez, Gasco, Llopis 2019, Kumah 2018] экономический, социальный, культурный и даже экологический профиль дестинации будет под воздействием туризма изменен, и это неизбежно повлияет на качество жизни и уровень удовлетворенности его жителей.

Во-вторых, было необходимо повысить уровень знаний о туризме и гостеприимстве у местных жителей, так как знания, информированность играют значительную роль для вовлечения местных жителей в туристическую деятельность. Чем больше жители информированы о туризме и возможностях трудоустройства, которые он предоставляет, тем активнее они принимают участие в этой деятельности.

В-третьих, необходимо вовлечение местного населения в волонтерскую деятельность в сфере туризма [Sinha, Murdia 2018]. Власти города пришли к выводу, что молодое поколение должно быть вовлечено в различные виды рекламной и волонтерской деятельности. С этой целью из 50 тысяч желающих было отобрано 20 тысяч волонтеров: 15 тысяч – учащиеся школ и студенты Татарстана, 5 тысяч – из 35 регионов России. Самому младшему участнику было 14 лет, самому старшему – 74 года. Такой подход позволил с юного возраста приобщать молодёжь к туристической деятельности. Многие из волонтеров Универсиады затем работали на Зимних Олимпийских играх в Сочи 2014 и других событийных мероприятиях нашего города и России.

В-четвертых, немаловажную роль имела языковая подготовка местного населения. Волонтеры, заполнившие заявку, получили возможность пройти обучение по английскому языку у известной международной языковой школы. Также обучение прошли сотрудники контактных зон, в том числе водители, обслуживающий персонал.

Наконец, наиважнейшим элементом подготовки, на наш взгляд, должна быть психологическая и межкультурная подготовка местного жителя, которая призвана убедить его в том, что туристы, приезжающие в его город не несут с собой угрозы и дополнительных сложностей для его существования. Наоборот, экономический эффект от развития туризма в регионе все более очевиден, а рост популярности культурных, национальных, исторических особенностей города, национальных блюд, обычаев, обрядов и ремесел ведет к популяризации татарской и русской культуры на мировой и внутренней арене.

Поэтому достаточно много усилий за последние десять лет было затрачено на воспитание «нового» формата местного жителя – эрудированного, способного дать компетентный ответ на вопрос туриста, доброжелательного, чуткого, способного проявить инициативу и предложить свою помощь.

Вероятно, успех Казани в туристической сфере нашей страны, обладание титулами «Третья столица России», «Спортивная столица России» и «Гастрономическая столица России» основаны в том числе на радушии местного населения, которое уже привыкло встречать и воспринимать туристов как настоящих гостей своего родного края.

Список литературы

1. Бердникова О.А., Иванов С.Е. Анализ и динамика показателей развития туристической отрасли на примере Республики Татарстан // Век качества. 2015. №1. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/analiz-i-dinamika-pokazateley-razvitiya-turisticheskoy-otrasli-na-primere-respubliki-tatarstan> (дата обращения: 15.02.2024).
2. Gonzalez R., Gasco J., Llopis J. Local residents' perception about tourism and foreign residents: A Spanish case study // Psychology & Marketing. 2019. Pp. 1-31. DOI: 10.1002/mar.21259
3. Kumah M. Ecotourism, participation and benefits in Ghana: A case study of local residents of Wli// International Journal of Applied Research. 2018. №4 (11). Pp. 133-139.

УДК 338.462

Хисматуллина Елена Александровна,

SPIN-код: 4382-4802

Преподаватель кафедры менеджмента, сервиса и туризма,
Херсонский государственный педагогический университет

ПАТРИОТИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ В ХЕРСОНСКОЙ ОБЛАСТИ

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *туризм, патриотический туризм, военно-патриотический туризм, формы и методы туристических мероприятий, военно-патриотическое воспитание молодежи.*

АННОТАЦИЯ. *В статье рассматриваются вопросы актуальности патриотического туризма, как средства воспитания молодежи. Приводятся примеры форм и методов проведения туристических мероприятий, таких как иммерсивные экскурсии, иммерсивные инсталляции. Показана необходимость развития патриотического туризма Херсонской области.*

Khismatullina Elena Alexandrovna

SPIN code: 4382-4802

Lecturer at the Department of Management, Service and Tourism,
Kherson State Pedagogical University

PATRIOTIC TOURISM: DEVELOPMENT PROSPECTS IN THE KHERSON REGION

KEYWORDS: *tourism, patriotic tourism, military-patriotic tourism, forms and methods of tourist events, military-patriotic education of youth.*

ANNOTATION. *The article discusses the relevance of patriotic tourism as a means of educating young people. Examples of forms and methods of conducting tourist events, such as immersive excursions, immersive installations, are given. The necessity of developing patriotic tourism in the Kherson region is shown.*

Актуальность патриотического туризма с каждым годом возрастает. Перспективы развития этого направления высоко оцениваются на уровне государства.

Усиление роли туризма в патриотическом воспитании, просвещении и формировании культурно-нравственного потенциала населения регионов Российской Федерации - один из принципов, определённых Стратегией развития туризма в РФ на период до 2035 года [3].

В понимании и осознании истории и культуры своей Родины заключен важный аспект патриотической мотивации, который способствует формированию любви к своей стране и уважения к её культурным традициям. В современных условиях патриотическое воспитание различных возрастных групп — детей, молодежи и взрослых — а также освещение военно-исторического наследия России становятся ключевыми приоритетами социальной политики государства.

В этом контексте патриотический туризм выступает как одно из значимых направлений в развитии как внутреннего, так и въездного туризма. Данная форма туризма ориентирована, прежде всего, на молодое поколение, с целью формирования у него качеств, необходимых для

становления зрелого, ответственного и патриотически настроенного гражданина. Патриотический туризм включает в себя посещение исторических мест, памятников, музеев и других объектов, связанных с военной и культурной историей страны, что способствует углублению знаний о национальном наследии и формированию чувства гордости за свою Родину.

Однако необходимость целенаправленного воспитательного процесса в области патриотизма актуальна не только для молодежи, но и для взрослого населения. Взрослые, обладая жизненным опытом и осознанием значимости исторических событий, могут стать активными участниками патриотического воспитания, передавая свои знания и ценности подрастающему поколению. Таким образом, патриотический туризм не только способствует формированию идентичности и гражданской ответственности, но и создает условия для межпоколенческого диалога, что является важным аспектом в укреплении социальной сплоченности и единства нации.

Число туристических маршрутов патриотической направленности увеличивается, а готовые экскурсионные программы постоянно обогащаются новыми элементами, появляются новые формы и методы проведения туристических мероприятий. Например, иммерсивные променады, когда с участниками экскурсии работают актеры. Это не просто театральное представление. На иммерсивной экскурсии участник выходит из роли зрителя и становится полноправным участником представления на определенную историческую тематику, что помогает участнику как можно глубже погрузиться в события прошлого нашей страны. Такие экскурсии развивают познавательные способности: память, внимание, воображение.

Иммерсивные инсталляции – также является одним из современных методов проведения туристических мероприятий.

Иммерсивные инсталляции представляют собой не просто передвижные выставки, а сложные культурные события, способные обеспечить погружение участников в атмосферу определённых исторических эпох и событий. В рамках патриотического направления такие мероприятия играют значимую роль по нескольким аспектам:

1. Формирование исторической памяти.

Иммерсивные инсталляции предоставляют участникам возможность не только визуально, но и эмоционально воспринимать исторические события. Это углубляет понимание и осмысление прошлого. Патриотические инсталляции могут воссоздавать ключевые моменты истории, связанные с героизмом, жертвами и достижениями народа. Таким образом, они способствуют формированию исторической памяти и уважения к тем, кто защищал Родину.

2. Вовлечение молодого поколения.

Современная молодежь активно ищет инновационные форматы взаимодействия с культурой и историей. Иммерсивные инсталляции, обладая интерактивностью и эмоциональным насыщением, могут привлекать внимание молодёжи и пробуждать интерес к патриотическим темам. Это создаёт предпосылки для актуального диалога между поколениями и передачи ценностей, связанных с патриотизмом.

3. Создание чувства единства и сплоченности.

Участие в иммерсивных инсталляциях способствует формированию чувства единства среди участников. Когда люди совместно переживают исторически значимые события, они могут ощутить общность переживаний и взаимосвязь ценностей, что, в свою очередь, укрепляет патриотические чувства и социальную сплочённость.

4. Образование и просвещение.

Иммерсивные инсталляции могут функционировать как образовательные платформы, на которых участники получают информацию о значимых событиях и личностях, оказавших влияние на историю страны. Акцент на просвещение становится особенно важным для формирования у молодежи осознанного отношения к патриотизму и понимания его значимости в современном обществе.

5. Сохранение культурного наследия и формирование идентичности.

Данные мероприятия способствуют сохранению и передаче культурного наследия, связанного с патриотическими темами. Они играют важную роль в формировании национальной идентичности, позволяя участникам осознать свою принадлежность к культурному и историческому контексту своей страны.

В 2023 году в стране появилась Всероссийская Ассоциация патриотического туризма. Организация объединяет представителей туристического рынка Российской Федерации, которые готовы развивать патриотическое направление в туризме. Профессионалы сфер гостеприимства объединяют усилия для популяризации историко-патриотических туров и экскурсий, повышения их конкурентоспособности. За год в ассоциацию вступили более 300 участников из 67 российских регионов. Ассоциация также проводила конференцию «Патриотический туризм — 2022», посвященную проблемам развития патриотического направления в туризме. Еще одним мероприятием объединения стал совместный с Российским союзом туриндустрии круглый стол «Актуальность патриотического туризма в 2023 году» с целью обмена опытом в решении актуальных проблем в системе внутреннего патриотического туризма.

Патриотический туризм развивается и на новых территориях. Херсонская область славится патриотическими символами и великим прошлым.

Реализация туристских программ военно-патриотического воспитания молодежи, делового, детского и других видов туризма обозначены как важное направление деятельности Министерства туризма Херсонской области в 2024 году.

Херсонщина, обладая богатым историческим и культурным наследием, представляет собой уникальную площадку для реализации туристских программ, направленных на военно-патриотическое воспитание молодежи, а также на развитие делового, детского и других видов туризма. В условиях современного общества, где патриотизм и гражданская идентичность становятся важными аспектами социальной стабильности, создание и внедрение таких программ приобретает особую значимость.

Военно-патриотическое воспитание молодежи в Херсонской области может быть реализовано через различные туристские программы, которые включают в себя посещение исторических мест, связанных с военной историей региона, а также участие в мероприятиях, направленных на формирование патриотических ценностей. Программы могут включать:

- Экскурсии по памятным местам: посещение мемориалов, военных кладбищ, музеев, посвященных событиям Второй мировой войны и другим значимым историческим событиям, что способствует формированию исторической памяти и уважения к подвигам предков.

- Военно-исторические реконструкции: организация мероприятий, в которых молодежь может участвовать в реконструкциях исторических событий, что позволяет не только погрузиться в атмосферу прошлого, но и развить командный дух и лидерские качества.

- Образовательные программы: включение в туристские маршруты лекций и семинаров, посвященных истории военного дела, основам гражданской обороны и патриотическому воспитанию.

Регион может стать площадкой для проведения конференций, семинаров и выставок, связанных с военно-патриотической тематикой. Это может включать:

- Форумы и конференции: организация мероприятий, на которых обсуждаются вопросы патриотического воспитания, гражданской ответственности и роли молодежи в современном обществе.

- Сотрудничество с образовательными учреждениями: Взаимодействие с университетами и колледжами для разработки совместных программ, направленных на подготовку специалистов в области патриотического воспитания и туризма.

Детский и семейный туризм в Херсонской области также может иметь патриотическую направленность. Программы могут включать:

- Темы патриотического воспитания: организация детских лагерей и программ, где через игры и активные мероприятия формируются патриотические чувства и уважение к истории своей страны.

- Семейные экскурсии: проведение экскурсионных программ, которые включают в себя как образовательные, так и развлекательные элементы, что способствует укреплению семейных связей и формированию общей гражданской позиции.

В 2024 году единственный сохранившийся в Херсонской области музей, посвященный ВОВ, находится в селе Григорьевка. Жители Григорьевки сохранили памятники павшим советским воинам. В селе их несколько. В центре - обелиск матери. Рядом - захоронение героя Советского Союза Сергея Новикова родом из Воронежа, погибшего в 1943 году в боях за село. На сельском кладбище - братская могила со стелой и памятной плитой с именами погибших воинов-освободителей района и села. Также рядом похоронены три неизвестных летчика - две девушки и парень, самолеты которых были подбиты немцами в небе над Григорьевкой. Сегодня все памятники закреплены за школой.

В школах Херсонской области открываются музеи Победы. Регион присоединился к Всероссийской программе «Школьный музей Победы» в июне 2023. Первые постоянные экспозиции, посвященные событиям Великой Отечественной войны, открыли на базе Генической школы-интерната. Аналогичный музей создан в Скадовске в школе № 1.

Проект «Школьный музей Победы» реализует Музей Победы с сентября 2019 совместно с Министерством просвещения РФ, департаментом образования и науки города Москвы, Российским военно-историческим обществом при поддержке Российского исторического общества. К нему уже присоединились больше 1500 школ из 86 регионов и Республики Беларусь.

Рекреационный потенциал патриотического туризма в области велик. Для создания региональных проектов внутреннего туризма необходима консолидация сил различных заинтересованных сторон, включая государственные органы, местные сообщества, бизнес-сектор и научные учреждения. Эта кооперация является ключевым фактором для успешной реализации инициатив, направленных на развитие внутреннего туризма и повышение его привлекательности.

При разработке новых военно-исторических маршрутов в регионе и муниципалитетах необходимо систематизировать работу по паспортизации объектов туризма, связанных с военной историей, событиями того времени, такими как:

1941 год – Подвиг старшего лейтенанта И.Л. Золина. Он был подбит зенитной артиллерией фашистов и загорелся в воздухе. Золин направил загоревшуюся машину на Каховскую переправу. Мужественному летчику, который смог повторить подвиг Н.Ф. Гастелло, посмертно было присвоено звание Героя Советского Союза.

В боях за Чаплинку в 1941 году подвиг Н.Ф. Гастелло повторил летчик С.Д. Пучкин.

Подвиг Героя Советского Союза старшего лейтенанта Адамяна Акопа Даниеловича в боях за село Большая Лепетиха.

Подвиги Николая Никитович Субботы, уроженца Голопристанского района, который бился за освобождение своего края. В уличных боях огнем своего пулемета он уничтожил несколько огневых точек противника и обеспечил продвижение штурмовых групп. Н.Н. Суббота посмертно удостоен звания Герой Советского Союза.

В годы Великой Отечественной войны высокого звания Герой Советского Союза удостоены 80 уроженцев Херсонской области.

В контексте специальной военной операции на территории Херсонской области наблюдается явная тенденция к увеличению количества мест боевой славы и расширению тематики экскурсионных программ.

В ходе военных действий создаются новые мемориалы и памятники, отражающие исторические события, связанные с защитой Родины. Эти места становятся важными символами мужества, героизма и самопожертвования. Увеличение количества таких объектов

открывает новые возможности для образовательных и экскурсионных программ, которые могут способствовать формированию исторической памяти и патриотических чувств среди молодежи и широкой общественности.

Расширение тематики экскурсий включает в себя не только освещение боевых событий, но и контекстуализацию этих событий в более широкой исторической перспективе. Программы могут охватывать изучение:

- исторических причин и последствий конфликта;
- социальных и культурных изменений, вызванных военными действиями;
- ролей, которые сыграли различные группы населения, включая местное население, военнослужащих и волонтеров.

Такой подход позволяет создать многогранное понимание событий, в отличие от однобокой интерпретации.

В условиях современного общества повышение патриотических чувств и формирование гражданской ответственности становятся приоритетными задачами. Экскурсии по местам боевой славы служат мощным инструментом для достижения этих целей. Они дают возможность участникам непосредственно соприкоснуться с историей, что способствует развитию глубоких эмоциональных связей с событиями и личностями, которые формировали облик страны.

Увеличение количества мест боевой славы и расширение экскурсий могут способствовать активному развитию внутреннего туризма в Херсонской области. Это, в свою очередь, позитивно скажется на экономике региона, создавая новые рабочие места и поддерживая малый и средний бизнес, связанный с туризмом.

Эти изменения не только будут способствовать формированию исторической памяти и патриотического воспитания, но и активизируют внутренний туристический потенциал региона. Важно, чтобы данный процесс происходил в рамках тщательно продуманных и структурированных программ, ориентированных на все возрастные группы и социальные слои, что позволит максимально эффективно использовать культурные и исторические ресурсы Херсонской области.

Список источников

1. Алиева С.А., Омаров О.Н. Теоретические проблемы патриотического воспитания // Мир науки, культуры, образования. - 2020. - № 6 (67). - С. 108-112.
2. Булыгина И.И. Патриотический туризм как эффективное средство воспитания // Профессиональное образование в России и за рубежом. - 2016. - № 4 (24). - С. 22-25.
3. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года [Электронный ресурс]: утверждена распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. N 2129-р. – Консультант Плюс.–Режим доступа:
http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/98764e60a3ef3aca49041afdb01a4de626e8389/.
4. Хисматуллина Е.А. Оценка эффективности формирования гражданско-патриотических ценностей подростков в системе дополнительного образования//Проблемы современного педагогического образования. – 2023. - № 79-2. – С. 384-387

УДК 3.373.79.81

Анна Антоновна Попова

бакалавр 4 курса, направление «Туризм»,
профиль «Историко-культурный туризм»,
ГОУ ВО МО «Государственный социально-
гуманитарный университет», Коломна

Кадыкова М.Н.,

научный руководитель: кандидат исторических наук, доцент
ГОУ ВО МО «Государственный социально-
гуманитарный университет», Коломна

ПЕРСПЕКТИВЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОСТУПНОЙ СРЕДЫ ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ СЛУХА (НА ПРИМЕРЕ ЛЕНИНГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ)

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: *ограниченные возможности слуха, ограниченные возможности здоровья, ограниченные возможности, доступная среда, событийный туризм, фестивали.*

АННОТАЦИЯ. *В статье проанализированы уже существующие программы доступной среды на примере Ленинградской области. Рассмотрены принципы разработки концепции доступной среды для людей с ограниченными возможностями слуха в России. Освещены основные перспективы дальнейшей работы в этой сфере.*

Anna Antonovna Popova

bachelor of the 4th year, direction "Tourism", profile "Historical and cultural tourism",
State University of Social Sciences and Humanities, Kolomna

Kadykova M.N.

Scientific supervisor: Candidate of Historical Sciences, Associate Professor
State University of Social Sciences and Humanities, Kolomna

PROSPECTS FOR THE FORMATION OF AN ACCESSIBLE ENVIRONMENT FOR PEOPLE WITH HEARING DISABILITIES (USING THE EXAMPLE OF THE LENINGRAD REGION)

Keywords: *limited hearing, limited health, limited opportunities, accessible environment, event tourism, festivals.*

ANNOTATION. *The article analyzes the already existing programs of the accessible environment, using the example of a specific region. The principles of developing the concept of an accessible environment for people with hearing disabilities in Russia are considered. The main prospects for further work in this area are highlighted.*

Актуальность исследования определяется тем, что в современном мире важной составляющей являются культурные мероприятия: театр, кино, фестивали и выставки. Не все люди имеют возможность посетить их в привычном нам формате. В нашей стране проживает достаточно большое количество глухих и слабослышащих людей. Для облегчения их жизни необходимо создавать дополнительные условия, - формировать доступную среду. Ее формирование позволит людям с нарушениями слуха в полной мере насладиться культурной составляющей жизни.

Целью исследования является рассмотрение возможности формирования доступной среды для людей с ограниченными возможностями слуха.

Потребность в организации доступной среды для людей с ограниченными возможностями здоровья всегда была и будет, как во всем мире, так и в нашей стране. С каждым годом государство старается все больше и больше совершенствовать места общественного пребывания, дополняя их вспомогательными элементами и системами.

Согласно данным исследования 2022 года, проведенного аналитическим бюро информационного портала GxP News, считается, что в нашей стране проживает не менее 15 миллионов человек, испытывающих проблемы со слухом [9]. По данным Всероссийского общества глухих на 2023 год в нашей стране проживает около 300 тысяч глухих людей [4]. Дело в том, что глухими не могут считаться все люди с различными болезнями слуха, которых действительно немало, особенно среди пожилых. Глухие имеют серьезные нарушения слуха в обоих ушах в результате приобретенной или врожденной потери слуха. Такие люди могут быть связаны с глухой культурой и жестовым языком. Эти цифры говорят нам о том, что проблема доступности общественной среды в нашей стране стоит весьма остро.

Чаще всего, когда речь заходит о людях с ограниченными возможностями, все вспоминают людей с нарушением работы опорно-двигательного аппарата или же слепых и слабовидящих, но не глухих. Многие думают, что раз человек не слышит, но при этом все видит, то ему легче жить в обществе. Действительно, приходя, например, в многофункциональный центр человек с глухотой сможет разобраться в определенных вещах быстрее, потому что практически везде есть указатели и таблички с номерами кабинетов, но мало кто понимает, что этого недостаточно. Глухие лишены одного из основных органов чувств и важного коммуникатора с внешним миром. Формирование доступной среды для этих людей не менее важно, чем для других.

В настоящее время включение в жизнь общества людей с ОВЗ набирает все большие обороты. Важную роль в этом процессе играет событийный туризм. Культурная составляющая социальной жизни очень важна, но из-за неподвластных человеку обстоятельств он может быть ее лишен. Организация специальных фестивалей для глухих и слабослышащих людей, а также формирование доступной среды на массовых мероприятиях поможет людям с ограниченными возможностями культурно просвещаться, отдыхать и социализироваться.

Основными барьерами при нарушениях функций слуха являются: недостаточность зрительной информации, неорганизованность или полное отсутствие сурдоперевода и отсутствие визуального дублирования звуковой информации. Все эти преграды имеют свои пути устранения.

1. Подготовить и разместить информацию в объёме, обеспечивающем возможность самостоятельного получения сведений о предоставляемых услугах, о размещении и назначении функциональных помещений, о расположении путей эвакуации и т.п.
2. Организовать сурдоперевод, допуск сурдопереводчика; в зале дополнительно - предусмотреть место его размещения и подходящее освещение.
3. Обеспечить дублирование звуковой информации визуальной, в том числе с помощью электронных коммуникативных устройств.

Все эти действия несложны в своем исполнении для организаторов событийных мероприятий, но при этом играют важную роль для удобства слабослышащих людей, посещающих их. Для проведения фестивалей, выставок, кинопоказов и других мероприятий существуют рекомендации по взаимодействию и помощи глухонемым.

1. Привлеките внимание человека с нарушением слуха прежде, чем начнете разговор.
2. Поздоровайтесь нормальным голосом и тоном. Громкая речь - не синоним разборчивости.
3. Прежде чем пытаться помочь - обязательно спросите, как Вы можете помочь.

4. Человеку с нарушением слуха важно видеть ваше лицо (одни читают по губам, другие - считывают выражения лица).
5. Не используйте выражение «глухонемой», лучше замените его на «неслышащий», «глухой», «человек с нарушением слуха» (не все глухие имеют проблемы с устной речью).
6. Если собеседник с нарушением слуха не может Вас понять, напишите непонятное слово или перефразируйте.
7. Хорошо, если у Вас с собой есть блокнот и ручка, чтобы можно было написать на бумаге то, что непонятно.
8. Если глухой человек общается с Вами через переводчика - Ваши реплики должны быть обращены к глухому, а не к переводчику.
9. Используйте жесты и визуальные подсказки.
10. Если Вы находитесь в компании, то говорите по очереди и привлекайте внимание собеседника с нарушением слуха, чтобы он идентифицировал говорящего.

Все вышеперечисленные рекомендации отчасти формируют доступную среду для лиц с ограниченными возможностями слуха. Соблюдение этих советов поможет сделать пребывание глухих людей на событийных мероприятиях проще, но важно понимать, что это лишь малая часть и общие рекомендации. Для организации событий, ориентированных на слабослышащих людей или создания максимально комфортных условий их пребывания на общественных мероприятиях этих советов будет недостаточно.

За последние десять лет в нашей стране сформировалась тенденция к освещению реалий жизни слабослышащих людей и привлечению внимания к их проблемам. Одной из форм инклюзивности лиц с ограниченными возможностями слуха являются фестивали, которые проходят в РФ каждый год. Все эти мероприятия организовываются для глухих и слабослышащих людей, но посетить их может и любой другой желающий.

28 апреля 2023 года в Театре мимики и жеста прошел фестиваль русского жестового языка, организованный Московским обществом глухих [4]. В программу фестиваля вошли жестовые песни, стихи, стендап, танцы. Темы выступлений были разнообразными: семья, любовь, родина, дружба, жизнь. Участники фестиваля нашли вдохновение в обычных рутинных делах и наполнили их юмором и мудростью. Это мероприятие помогает разрушить стереотипы о глухих людях и дает возможность слышащим окунуться в их мир.

С 27 по 28 мая 2023 года в Москве проходил Третий Международный фестиваль кино и визуальных искусств «Мир сквозь тишину» [7]. Зрители смогли бесплатно посмотреть лучшие российские и зарубежные, полнометражные и короткометражные, игровые и документальные фильмы про глухих людей, а также работы, снятые при их непосредственном участии. Данное мероприятие является прекрасным примером освящения проблемы глухих и формирования понимания, что люди с нарушениями работы слуха остаются полноправными членами общества.

С 28 сентября по 1 октября 2023 года в Сочи был проведен фестиваль «DEAF x FEST» [10]. Это самый масштабный фестиваль для глухих и слабослышащих людей, он состоялся впервые. Одним из слоганов мероприятия является фраза «Мы живем в тишине, но не в одиночестве». На фестивале были представлены четыре направления досуга: развлекательный, образовательный, спортивный и культурный. Программа состояла из концерт-шоу, битвы жестов, стендапа, различных лекций, мастер-классов, выставки талантов, где глухие мастера представили свои работы, спортивных состязаний и многого другого. Мероприятие стало прекрасным примером того, что люди с нарушениями функций слуха могут заниматься различным ремеслом и не оставаться в одиночестве.

Весной 2024 года состоялся Всероссийский инклюзивный фестиваль «Мы услышим» [5]. Его организатором стала компания МТС. Целью мероприятия было привлечение внимания общества и бизнеса к проблемам лиц с ограниченными возможностями слуха, повышение качества их жизни и уровня социальной интеграции. Фестиваль включал в себя конкурсную

программу, ярмарку вакансий и публичный показ кино в 11 городах страны с переводом на РЖЯ. Данный фестиваль стал показателем того, как крупные компании могут использовать свое влияние на массы, чтобы улучшить качество жизни людей.

Формирование доступной среды в сфере событийного туризма происходит не только на специально организованных фестивалях. Музеи, галереи и арт-институции все чаще создают новаторские сочетания традиционных и интерактивных элементов для посетителей. Цифровые и статистические вывески для геопоиска, аудиогиды, объекты дополненной реальности, расширенные возможности приложений для мобильных устройств, фильмы со скрытыми субтитрами и стенограммами – все эти решения позволяют не только расширить спектр услуг, но и дают доступ к культурной среде людям с ограниченными возможностями слуха.

В Санкт-Петербурге с 2022 г. реализуется не имеющий аналогов в России специальный проект под названием «Многомерность культуры» [8]. Он предоставляет возможность каждому стать полноправным участником культурной жизни города вне зависимости от его физического здоровья. В рамках проекта молодые люди с инвалидностью различных нозологий имеют возможность бесплатно и с комфортом посещать культурные мероприятия города в любимых театрах, музеях, библиотеках и даже клубах. Кураторы проекта за живое общение, интерактивные и необычные мероприятия. Участники играют в настольные игры, погружаются в дополненную реальность, рисуют собственные картины под аккомпанемент симфонического оркестра и просто хорошо проводят время, наслаждаясь искусством и общением. Этот проект помогает людям с ограниченными возможностями здоровья в полной мере наслаждаться искусством, которое на первый взгляд кажется для них недоступным.

Среди партнеров «Многомерности культуры» Санкт-Петербургский театр глухих; театр эстрады имени Аркадия Райкина - это один из первых театров Санкт-Петербурга, который стал проводить показ спектаклей со сурдопереводом; государственная организация «Петербург-Концерт», которая в сотрудничестве с Санкт-Петербургским научно-исследовательским институтом уха, горла, носа и речи (СПб НИИ ЛОР) и родительским объединением «Я слышу мир!» организует ежегодный музыкальный фестиваль для детей и подростков с инвалидами по слуху «Волшебная симфония».

Как мы видим, в России вопрос формирования доступной среды стоит не на последнем месте. Несмотря на то, что далеко не все музеи нашей страны на данный момент могут поставить дополнительное оборудование для людей с ограниченными возможностями, их не останавливает от реализации социальных программ. Безусловно, внедрение новых технологий в работу музеев требует больших финансовых вливаний, но важно помнить, что для облегчения жизни глухих людей можно начать с малого. Формирование доступной среды для людей с ограниченными возможностями слуха это, в первую очередь, создание инклюзивного общества, пространства уважения и понимания, где каждый, вне зависимости от его особенностей, сможет чувствовать себя комфортно и прикоснуться к искусству. Нужно понимать, что барьеры не связаны с самим человеком. Они связаны только с общественными проблемами и стереотипами о жизни глухих. Если задуматься, что можно сделать, чтобы особенности здоровья не мешали человеку быть самостоятельным и воспринимать мир, то все преграды исчезнут.

Выводы. Формирование доступной среды для лиц с ограниченными возможностями слуха является важным направлением в инклюзивности. Рассмотренные мероприятия в сфере событийного туризма и социальные программы, направленные на доступность искусства, творческого развития и социализации являются важной составляющей формирования доступной среды.

Список литературы

1. Ковалёва, В. А. Доступная среда для инвалидов: современные подходы и решения: методическое пособие / В.А. Ковалёв, О.А. Мирошниченко, В.Б. Осинская, О.С.

- Кудря, А.В. Штепа, Я.Д. Курганова; под редакцией О.Н. Владимировой // Санкт-Петербург: СПБИУВЭК, ООО «ЦИАЦАН», – 2022. – С. 56, 84. – URL: <https://clck.ru/3DJQAC> (дата обращения: 10.09.2024).
2. *Сеселкина, Д. О.* Сценарно-режиссерские особенности художественно-массовых мероприятий для людей с ограниченными возможностями / Д. О. Сеселкина, А. С. Сторчило // Вопросы развития творческой среды Дальнего Востока России и Азиатско-Тихоокеанского региона : Материалы Международной научно-практической конференции, посвящённой 50-летию Хабаровского государственного института культуры, Хабаровск, 24–25 октября 2018 года / Главный редактор С.Н. Скоринов. – Хабаровск: Хабаровский государственный институт культуры. – 2018. – С. 359-365. - URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=41666420> (дата обращения 10.09.2024).
 3. *Чурилина, И. Н.* Доступная среда и событийный туризм для людей с особыми потребностями как фактор развития внутреннего туризма региона / И. Н. Чурилина, Е. В. Егорова // Актуальные проблемы гуманитарных и социальных наук : сборник трудов участников Третьей Международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 08 февраля 2016 года / Санкт-Петербургский академический университет, Институт гуманитарных и социальных наук. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский академический университет. – 2016. – С. 401-412. – URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=26563138> (дата обращения: 10.09.2024)
 4. Всероссийское общество глухих : официальный сайт. – 2023. – URL: <https://clck.ru/3DJQ9f> (дата обращения: 10.09.2024)
 5. Информационное агентство «РБК» : официальный сайт. – 2024. – URL: <https://clck.ru/3DJQCg> (дата обращения 10.09.2024)
 6. Информационный сайт глухих «DeafNet» : официальный сайт. – URL: <https://www.deafnet.ru/new.phtml?c=70&id=21339> (дата обращения: 10.09.2024)
 7. Международный фестиваль кино и визуальных искусств «Мир сквозь тишину» : официальный сайт. – 2023. – URL: <https://deafcinema.org/> (дата обращения: 10.09.2024)
 8. Проект «Многомерность культуры» : официальный сайт. – 2023. – URL: <https://icr.spb.ru/mk/> (дата обращения 10.09.2024)
 9. Сетевое издание «Коммерсантъ» : официальный сайт. – 2024. – URL: <https://clck.ru/3DJQ3t> (дата обращения: 10.09.2024)
- Фестиваль «DEAF x FEST» : официальный сайт. – 2023. – URL: <https://deaf-x-fest.ru/#rec576687542> (дата обращения: 10.09.2024)

ТУРИЗМ, СЕРВИС И ГОСТЕПРИИМСТВО: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Сборник статей

Всероссийской научно-практической конференции

с международным участием

Публикуются в авторской редакции

Подписано в печать 31.10.2024. Выход в свет 08.11.2024.

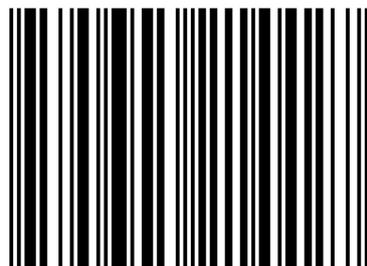
Формат 60×84₁/16. Печать цифровая. Сборник статей.

Тираж ____ экз. Заказ № ____.

Херсонский государственный педагогический университет



ISBN 978-5-6052144-2-7



9 785605 214427 >