Copyright © 2019 by Sochi State University

Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2019, 13(4): 413-426

www.vestnik.sutr.ru

Actual Problem

UDC 338.48

Key Problems of Improving the Tourism Development Management System in the Regions of Russia

Vladimir N. Sharafutdinov [a, b], Elena V. Onishchenko [a, *]

[a] Sochi Research Center of the Russian Academy of Sciences, Sochi, Russian Federation
[b] Sochi State University, Russian Federation

Abstract

The article substantiates the hypothesis of improving the tourism development management system in the regions on the basis of sustainable reproduction management of highly competitive regional tourism products. The originality of the hypothesis lies in the substantiation of the need for competitiveness assessments in the tourism economy by determining the effectiveness indicators of using the tourism potential of regions, in addition to the competitiveness assessments widely practiced in the world today by comparing mainly the tourism potential of regions (destinations). At the same time, the authors propose a system of indicators for assessing competitiveness by the parameters of reproduction of regional tourism products. This system of indicators, consisting of five enlarged groups, reveals, according to the authors, the key vectors of improving the development management system of the tourist sector of the regional economy, available only in the conditions of using the latest information technologies and digitalization of the industries involved in tourist services. This provides the real prospects for transforming the tourism sector of the regional economy into a driver of Russia's socio-economic development and identifying key areas for its technological breakthroughs.

Keywords: tourism, tourism sector of the economy, regional tourism product, tourism development management, regional tourism product competitiveness, tourist technology platform.

1. Введение

Как показывают наши исследования (Проблемы совершенствования..., 2017; Методологические основы..., 2018), в основе несовершенства действующей системы управления развитием туризма в регионах страны заложено фактическое отсутствие серьёзных целенаправленных мер по обеспечению конкурентоспособности региональных турпродуктов (далее – РТП). При этом под региональными турпродуктами, со стоимостной точки зрения, следует понимать ту составляющую часть валовых региональных продуктов регионов (ВРП), воспроизводство которой генерируется спросом со стороны вовлекаемых в регионы турпотоков. Тем самым формируя соответствующие соотношения РТП/ВРП в пространственно-временных координатах регионов. С натуральной точки зрения, под региональными турпродуктами следует понимать всё многообразие ансамбля локальных

* Corresponding author
E-mail addresses: 398993@gmail.com (V.N. Sharafutdinov), elon@list.ru (E.V. Onishchenko)

товаров и услуг, воспроизводимых отраслями региона, востребованных потребностями людей, вовлекаемых во входящие и исходящие турпотоки в регионы.

Отсюда, что весьма важно, логично вытекает и уточнение в определении понятия «туристский продукт», которое во многом не совпадает с его нынешней законодательной трактовкой, как совместных результатов, прежде всего туроператорской деятельности, и тесно связанных с ней предприятий ряда отраслей.[1] За прошедшие почти 25 лет со дня принятия данной трактовки, она явно устарела и требует существенной доработки.

В частности, как мы полагаем, для создателей, занятых в любых отраслях и сферах, их продукты деятельности приобретают свойства турпродуктов уже только потому, что создаваемые ими товары и услуги востребованы, оплачиваются и потребляются туристами в пространстве регионов их пребывания. А для туристов, турпродуктами являются любые товары и услуги, оплачиваемые и потребляемые ими за пределами мест их постоянного проживания в своё свободное время.

Таким образом, определение товаров и услуг «турпродуктами» проистекает не из определения товаров и услуг таковыми только потому, что они созданы теми или иными предприятиями, связанными с «туристскими услугами» (гостиницы, туроператоры и др.), а из тех обстоятельств, что они востребованы для удовлетворения спроса со стороны туристских потоков (далее – турпотоков) в пространственно-временных координатах регионов их пребывания. А строго говоря, из пространственно-временных координат их воспроизводства в интересах туристов (Романова и др., 2019).

Это важное положение, которое предопределяет всю логистику гипотезы данной статьи. В частности, и то, что туризм на настоящем этапе своего развития представляет собой уже не некую отдельную узкую «туристскую отрасль», а многоотраслевой сектор, охватывающий десятки отраслей и сфер современной экономики страны и её регионов. Причём, по мере нарастания ежегодных объёмов туристских прибытий в мире, уже превысивших население планеты, всё большую долю воспроизводства продукции отраслей этого сектора генерируют и потребляют именно туристы в составе турпотоков, конечно, в сочетании с удовлетворением интересов и потребностей местного населения. Поэтому вопросы, связанные с совершенствованием системы управления развитием туристского сектора экономики регионов, должны быть тесно согласованы с вопросами устойчивого социального развития любых регионов в целом. Но особенно это актуально для регионов рекреационно-туристской специализации, когда соотношение турист/местный житель в пространственно-временных координатах начинает выходить за параметры, в соответствие с которыми ежегодная численность туристов в десятки раз превышает численность местного населения.

2. Материалы и методы

Статья опирается на материалы Всемирной туристской организации (UNWTO), Всемирного совета по туризму и путешествиям (WTTC), Федерального агентства по туризму Министерства экономического развития РФ, Федеральной службы государственной статистики, журнальных и монографических исследований отечественных и зарубежных ученых, а также результаты собственных исследований авторов, посвящённых проблеме повышения конкурентоспособности региональных турпродуктов. Обоснованность теоретических положений и аргументация выводов обеспечивается посредством использования общенаучных методов и специфических экономических приёмов исследования: описательного метода, структурно-функционального анализа, абстрактно-логического метода, метода сравнительного анализа, систематизации и интерпретации данных.

3. Обсуждение

Актуальность темы совершенствования системы управления развитием туристского сектора экономики регионов, генерируемого им устойчивого воспроизводства востребованных турпотоками конкурентоспособных РТП, по мнению авторов, тесно связана с необходимостью решения следующих задач.

[1] Согласно закону «туристский продукт – комплекс услуг по перевозке и размещению, оказываемых за общую цену (независимо от включения в общую цену стоимости экскурсионного обслуживания и (или) других услуг) по договору о реализации туристского продукта». Источник: Федеральный закон..., 1996.

Во-первых, это полноценный системный охват всей совокупности отраслей и сфер, вовлекаемых в удовлетворение спроса со стороны турпотоков, вовлекаемых в регионы страны. Она должна охватывать более 60 отраслей и сфер. Пока же в сфере отечественной туристской статистической видимости находится не более двадцати отраслей (Методика расчёта..., 2016). Причём в ядро этой собирательной статистической группировки заложена в основном туроператорская и гостиничная деятельность. В этих условиях о реальном управлении конкурентоспособностью РТП говорить сложно, так как действующая система управления развитием туризма «не считывает», как минимум более 2/3 информации о положении дел в отраслях туристского сектора экономики регионов. Причём, как на уровне местного управления регионов, так и страны в целом. Тем более, что, судя по практикуемой с советских времен методике учёта туристского потока, порой до 4/5, «досчитывается» местными и региональными туристскими администрациями весьма условно, в 3-5 раз умножая объёмы турпотоков, официально проходящие через статистические отчёты гостиниц и приравненных к ним объектов (санатории и др.). Обосновывается это, как правило, оправданно существовавшей в советское время практикой отдыха на курортах и дачах огромного числа так называемых отдыхающих в «частном секторе» городов и весей. Хотя гостиничные ёмкости за последние три десятилетия уже многократно возросли, а доля населения страны, вовлекаемого в сферу туризма, снизилась примерно с 75 до 30 %. Что говорит о том, что методология и методы определения параметров, в т.ч. турпотоков, должны быть адекватны происходящим переменам в экономике туризма, как в мире, так и в нашей стране, и не должны механически воспроизводиться в изменившихся условиях.

Таким образом, в реалии официальные цифры, прежде всего по внутреннему туризму в части объёмов турпотоков значительно завышаются, искажая действительное положение дел. В свою очередь, это приводит к тому, что расчёты финансовых потоков, генерируемых туристами в экономику регионов, становятся не совсем достоверными, так как они основываются на расчётах реальных расходов туристов в пространстве регионов их пребывания, опираясь на весьма условно определяемые объёмы турпотоков. Соответственно требуют серьёзных уточнений и расчёты расходов, и доходов создателей турпродуктов в процессе удовлетворения спроса, исходящего от турпотоков. Всё это нацеливает на необходимость разработки соответствующих методологических и методических подходов, гарантирующих обычную в научной практике адекватность, объективность и проверяемость воспроизводимых результатов.

Причём основной вопрос заключается в том, что в настоящих условиях вне поля статистического видения остаются реальные объёмы входящих в РТП товаров и услуг тех отраслей и сфер экономики регионов, которые сегодня не входят в собирательную группировку видов экономической деятельности «Туризм», разработанную на основе действующего Общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2007 (ОКВЭД) (Собирательная группировка..., 2014). Иными словами речь идёт о том, что в настоящее время за пределами статистической видимости остается большой перечень продуктов и услуг отраслей, воспроизводящих туристские продукты, которые создаются и потребляются турпотоками в пространственно-временных координатах регионов. В частности, речь идёт о финансовых, страховых продуктах, связи, продукции АПК, строительства, архитектуры, медицины, услуг ЖКХ, обусловленными потребностями туристов совместно с местными жителями, дорожном строительстве, энергообеспечении, утилизации отходов, системах безопасности и т.д.

Кроме этого, следует иметь в виду слабое представление о стоимостных, натуральных и качественных параметрах таких не простых, но весьма востребованных туристами видах турпродуктов, на которые также тратятся немалые ресурсы. Это, в частности, такие турпродукты, как исторические и архитектурные облики туристско-курортных городов и регионов, их экологическая чистота, красота и доступность уникальных природных ландшафтов, состояние и транспортная доступность историко-культурных достопримечательностей в туристском пространстве регионов и др. Эти рукотворные картины реальности, требующие зачастую серьёзных затрат в практике развития туризма, прямо воздействуют на привлечение (или отталкивание) турпотоков.

Таким образом, за пределами статистической видимости остаются доходы и расходы тех производителей турпродуктов, товары и услуги которых насыщают и удовлетворяют спрос до 4/5 турпотока. До настоящего времени, фактически, они не попадают в поле зрения туристской статистики. Отсюда следует, что управлять конкурентоспособностью РТП в таких

условиях, весьма затруднительно. Ибо под управление и регулирование будет подпадать лишь небольшие, причём зачастую меньшие части РТП.

Естественно, в этих условиях вне поля туристской статистической видимости до сих пор остаётся проблематика возмещения потребляемых в ходе вовлечения в воспроизводство РТП всех видов туристских ресурсов в пространстве регионов. При этом следует иметь в виду, что все виды ресурсов региона становятся туристскими ресурсами только в том случае, если они прямо используются для создания востребованных туристами турпродуктов. Принципиально важно отметить, что как это ни парадоксально, но туристское производственное потребление всех вовлекаемых в воспроизводство РТП ресурсов (природных, культурно-исторических, социальных, материальных, технологических, пространственных) статистическими обследованиями пока вообще не охватывается. Причём не только в нашей стране. Хотя актуальность управления этими процессами в мире нарастает на фоне неуклонно нарастающих ежегодных объёмов мировых турпотоков, уже превысивших население нашей планеты и, несомненно, использующих и потребляемых неуклонно нарастающие ресурсы регионов, особенно рекреационно-туристской специализации.

В этих условиях ключевые фазы воспроизводственного процесса РТП – производство, распределение, обмен, потребление РТП, практически формируются стихийно, потому что эти пропорции воспроизводства в настоящее время не находятся в поле статистической видимости. А значит не регулируются и не управляются в пространственно-временных координатах регионов. Это же касается и межотраслевого взаимодействия отраслей туристского сектора экономики. Отсюда постоянно возникающие на российских просторах и не решаемые годами проблемы так называемого низкого сервиса в сфере отечественного туризма, в основном из-за пространственно-временной не сопряжённости деятельности отраслей и сфер регионов, практически входящих в туристский сектор экономики региона, но до сих пор не находящихся в поле зрения туристской статистической видимости. А значит и не находящихся в поле зрения системы управления туристских администраций регионов городов и весей, что особенно дорого обходится для регионов рекреационно-туристской специализации. То есть речь идёт о неизбежном постоянно некачественном обслуживании туристов в целом ряде пространственно-временных точек регионов из-за отсутствия целенаправленного регулирования должной межотраслевой сопряжённости отраслей, охватываемых туристским сектором экономики. Например, активизация ремонта дорог в Краснодарском крае, принимающего самые большие турпотоки на юге России, происходит, как правило, в начале и в пики курортных сезонов, порождая огромные 2-3-дневные автомобильные «пробки» на пути к Чёрному морю, в которых вынуждены простаивать туристы на пути к Черноморскому побережью.

Такая же картина наблюдается с диспаритетами в обеспечении продовольственными ресурсами невысокого качества и ценовыми уровнями сферы общественного питания туристов. Всё это дополняется отсутствием должной туристской страховой, транспортной логистики в российском пространстве, несоразмерно высокой доле транспортных услуг в российских РТП по сравнению с РТП ведущих туристско-курортных регионов мира. Эти экономические и организационные перекосы в туристском пространстве российских регионов существуют десятилетия, но вот инструментов их устранения пока до настоящего времени не создано. А если к этой картине добавить реалии по состоянию экологии многих регионов, низкий уровень работы коммунального сектора экономики, особенно в части очистных сооружений прибрежных, речных зон, мусорных свалок, банковского, торгового, культурно-досугового секторов за пределами столичных городов, перебои энерго-, информационного, медицинского обеспечения турпотоков, невысокий уровень кадрового обеспечения отечественного туристско-курортного сектора экономики и др., то становится очевидным, что отношение к туризму, его месту и роли в экономике страны необходимо кардинально менять. От хаотичной, бессистемной работы необходимо переходить к адекватному управлению развитием туристского сектора экономики в регионах страны, отвечающему современным вызовам со стороны развитых стран, Китая, охватывая стратегированием все отрасли и сферы деятельности, продукты, которые входят в состав РТП, параметры которых генерируются спросом со стороны турпотоков (Сорокин и др., 2017).

Во-вторых, ключевой проблемой для современной России, причём на фоне роста объёмов доходов туристского сектора мировой экономики, прежде всего в бюджетах всех уровней развитых странах, является не сбалансированность в её пространстве соотношений

«выездных/въездных/внутренних» туристских потоков с неуклонным ростом дефицитности её платёжного баланса по статье «Поездки» в части туризма (Таблица 1), что вполне закономерно вследствие отсутствия должной управляемости развития отечественного туристского сектора экономики.

Таблица 1. Статья «Поездки» во внешней торговле Российской Федерации услугами в структуре расширенной классификации услуг (по методологии платежного баланса) в 2016–2018 гг. (млн. долл. США)

Показатели	2016	2017	2018
Экспорт	7 787,06	8 944,63	11 486,25
Импорт	23 952,41	31 057,91	34 270,73
Сальдо	16 165,35	- 22 113,28	- 22 784,48

Источник данных: https://www.cbr.ru/statistics/macro_itm/svs/

Иными словами, речь идёт о неуклонном превышении импорта турпродуктов над их экспортом в экономике России, в результате чего происходит неизбежное ежегодное «вымывание» финансовых и других ресурсов из туристского сектора экономики страны, объемы которых неуклонно нарастают в последние десятилетия.

Таким образом, отечественный туризм в таком экономическом формате в структуре мировой экономики представляет собой не столько фактор развития, сколько фактор торможения развития экономики России. И всё это происходит на фоне уже явно драйверной роли туристского сектора в экономике развитых стран, вовлекающих сегодня в свои пространства основные доли туристских и финансовых мировых потоков. При этом следует иметь в виду, что в настоящее время фактически вся покидающая Россию молодежь, является активными туристами, предпочитая по несколько раз в году путешествовать за рубежом (Прощай .., 2018).

Но дело не только в экономике, хотя это существенно, но и в серьёзном социально-культурном, а строго говоря, цивилизационном ущербе, наносимом нашей стране таким экономико-культурным форматом туристского взаимодействия нынешней России с развитыми и развивающими странами. По существу, в данном случае мы имеем дело с проявлением такого нового явления в общественной жизни современного общества как «мягкая сила» туризма (Шарафутдинов, Онищенко, 2017). В ней сквозь призму туризма находят своё отражение определённые способы, а строго говоря, современные технологии цивилизационного влияния, основанного на использовании преимуществ в технологическом уровне управления воспроизводством РТП.

Таким образом, в процессе совершенствования управления воспроизводством РТП за счёт форматирования в нужном направлении всё более возрастающих ансамблей успешно воспроизводимых товаров и услуг в интересах удовлетворения спроса и интересов людей в составе вовлекаемых в пространство регионов турпотоков, они постепенно начинают приобретать кумулятивный характер, позволяющий им притягивать (или отталкивать) внутренние и въездные турпотоки. Тем самым всё более активно влиять на умонастроения людей, вовлекаемых в современные туристские пространства планеты, прежде всего развитых стран. Причём въездные турпотоки в их пространства, в частности из России, представляют собой, как правило, наиболее успешные, активные и влиятельные слои населения. Они вовлекаются в экономические пространства воспроизводства РТП высокоразвитых стран, прежде всего цивилизационными особенностями и активной визуализацией их преимуществ. В частности, заключающихся в природных, культурных, экономических характеристиках этих стран и их регионов, прежде всего по всему спектру маршрутизации турпотоков в их пространствах.

Характерно, что основные туристские маршруты во многих развитых странах целенаправленно, логистически и высоко технологически прокладываются так и таким образом, чтобы культурно-исторические или цивилизационные особенности этих стран наглядно, но не навязчиво визуализировались, озвучивались и доносились до сознания путешествующего человека как цивилизационные преимущества этих стран, отражающиеся сквозь призму предлагаемых им РТП. А также, что очень важно, чтобы экономические и культурные пространства этих регионов в любое время года обязательно были полноценно

насыщены объёмами и структурой всего ансамбля товаров и услуг, соответствующих спросу со стороны турпотоков, причём по конкурентно доступным, взаимовыгодным производителям, местному населению и туристам ценам. Кроме того, в расчёт всё чаще берётся дружественное (или не дружественное) отношение местного населения, основывающееся на уровне его жизни, к тому же зачастую поддерживаемым доходами от активного участия в туристском секторе экономики региона и многим другим.

Всё это указывает на то, что в настоящее время РТП становятся всё более значимыми духовными и материальными носителями «мягкой силы» туризма. То есть от того, какого уровня, качества, конкурентоспособности будут воспроизводиться отечественные РТП на всём пространстве российских регионов, в определённой степени будет зависеть и характер исторических перспектив России, во всяком случае, в обозримый стратегический период развития нашей страны.

В-третьих, ключевой проблемой является отставание нашей страны в технологизации туристского пространства (прежде всего от развитых государств), обусловленное не в последнюю очередь продолжающейся теорией и практикой точечного развития туризма в России (Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань, Байкал и др.). Необходимость технологизации туристского пространства обусловлена востребованностью уделять всё больше внимания разработке самых различных способов регулирования целостных ансамблей товаров и услуг, востребованных спросом со стороны туристов в пространственно-временных координатах регионов и стран. Это определяется многими факторами, и не в последнюю очередь, стремительным развитием всех видов транспорта, растущей транспортной доступности любых интересных туристам точек, особенно в пространстве небольших стран.

Большую роль в развитии туризма сегодня играют идущие процессы глобализации, информатизации, совершенствования функционирования финансовых, банковских систем, систем связи, деятельности страховых компаний, систем безопасности и др., что в настоящее время востребовано людьми в составе турпотоков в пространственно-временных координатах любых регионов мира, будь то Арктика или север, или юг Африки, или любого другого континента.

В этих условиях вопросы развития туристских пространств начинают приобретать технологические свойства, в том смысле, что возникает необходимость не просто насыщения пространства регионов всеми необходимыми товарами и услугами, но и всеми достижениями современной цивилизации. Отсюда актуальность современных способов технологизации управления воспроизводством РТП для удовлетворения спроса со стороны турпотоков по всему спектру товарного мира в рамках РТП, его отображения в едином цивилизационном ключе, свойственном экономическим, культурно-историческим особенностям регионов для обеспечения многообразия и индивидуализации способов физического и духовного оздоровления и отдыха человека в пространственно-временных координатах его пребывания в составе вовлекаемых в регион турпотоков.

Принципиально важно, что такого рода сопряжение огромного числа элементов, компонентов, факторов в пространстве регионов страны требует серьёзного стратегирования развития туристского сектора в экономке каждого региона, но особенно регионов рекреационно-туристской специализации. Это стратегирование должно изменить пока преобладающий в настоящее время точечный подход к развитию туристского пространства России. Тем более, что в мировой практике уже активно разрабатываются и практически реализуются проекты развития уже огромных целостных туристских пространств, охватывающих не только регионы отдельных стран, но и целые межгосударственные образования. Например, Шенгенская зона Европы, или туристское пространство Китая, как единое целое, прошиваемое по всем направлениям света скоростными дорогами всех типов, сотнями новых аэропортов в тесной увязке с тщательным туристско-культурным обустройством фактически всех регионов этой страны, сквозь которые прокладываются сети туристских маршрутов. При этом увязывая всё это с тысячелетними традициями китайского народа, с современными «красными», т.е. социалистическими традициями китайской специфики, позволившими этой огромной, самой большой по населению стране, превратиться в одну из самых быстро развивающихся экономик мира. При этом принципиально важно обратить внимание на то обстоятельство, что этому явно способствовало стремительное развитие туристского сектора в экономическом и культурном пространстве Китая. Так, при населении в 1,5 млрд. чел. объём ежегодного внутреннего

турпотока Китая превысил уже 5 млрд. туристов в год[2]. То есть в среднем каждый китайский гражданин в настоящее время уже трижды в год может позволить себе становиться туристом и путешествовать по своей большой стране. В то время как в современной России только каждый третий гражданин может позволить себе хотя бы один раз в год попутешествовать.

С этих позиций, на наш взгляд, недопустимо затягивание решений накапливающихся проблем в сфере экономики отечественного туризма. Как минимум, должна быть поставлена и решена задача обеспечения конкурентоспособности отечественных РТП, что потребует кардинальной смены теоретической и практической парадигмы развития отечественного туристского сектора. Её суть в необходимости серьёзных перемен в пяти ключевых компонентах стратегирования развития туризма в России применительно, прежде всего, к региональным туристским продуктам.

4. Результаты

Предложения по повышению уровня конкурентоспособности РТП на отечественном и мировом туристских рынках предусматривают, в первую очередь, определение приоритетов процесса стратегирования развития туризма в регионах, выявление ключевых показателей оценки конкурентоспособности, которые должны закладываться в совершенствование системы управления воспроизводством РТП, как флагманские проекты способные позитивно повлиять на достижение ставящихся стратегических целей.

А) В отношении объекта управления и стратегирования

Проблематика определения объекта стратегирования в сфере туризма затрагивает следующую тематику его теории и практики:

1. Адекватное определение круга отраслей и сфер туристского сектора экономики региона, вовлекаемых в воспроизводство РТП. Сегодня в России таких отраслей туристская собирательная группировка охватывает порядка 20-ти, а необходимо 50 и более;

2. Разработка методологии и методов целостного интегрального статистического видения долей товаров и услуг (турпродуктов), охватываемых РТП, а также вклад (доля) каждой отрасли и сферы экономики туристского сектора в параметры РТП. В настоящее время практически нет раздельного статистического учёта ни натурального, ни стоимостного учёта продуктов отраслей экономики регионов, потребляемых туристами и не туристами в пространственно-временных координатах регионов. Есть только весьма примерный учёт внутренних турпотоков и поверхностное представление о расходах туристов, в т.ч. по статистической отчётности деятельности гостиниц, туроператоров и турагенств и других нескольких секторов экономики регионов, которые далеко не охватывают весь спектр спроса, генерируемого современными мировыми турпотоками в пространственно-временных координатах регионов;

3. Разработка методик оценки туристской привлекательности регионов, включающей количественные, стоимостные, качественные параметры оценки сложных и целостных по форме и структуре турпродуктов, учитывающих архитектурный облик городов-курортов, прекрасные ландшафты, экологическую чистоту пространства региона, зелёные технологии в отраслях и сферах туристского сектора экономики, а, следовательно, экологически чистые турпродукты, хорошую туристскую транспортную логистику пространства региона и др., наполняющих пространственно-временные координаты регионов уже многих развитых стран и во многом определяющих их туристскую привлекательность. Хотя такого рода турпродукты, в основном рукотворные, затратные и в случае их долговременного устойчивого воспроизводства хорошо себя окупают за счёт привлечения больших туристских и финансовых потоков в экономические пространства регионов;

4. Наличие стратегий развития туризма (туристского сектора экономики региона или курортных городов и районов) и технологий, механизмов реализации этих стратегий. Например, сегодня в городе-курорте Сочи нет ни постолимпийской стратегии развития самого большого ведущего курорта страны, ни актуального генерального плана, как инструмента реализации этой стратегии. Хотя практически все приморские города-курорты и районы уже имеют такого рода стратегии, причём, как правило, согласованные с утверждённой в 2018. г. Стратегией социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 года (Закон..., 2018).

[2] Данные UNWTO

В этой связи принципиально важно отметить, что разработка постолимпийских стратегий развития олимпийских столиц широко практикуется в мире. Например, как это имело место в эволюции подготовки стратегического плана подготовки и проведения олимпиады в стратегию постолимпийского развития г. Барселоны (Испания), столицы XXV летних Олимпийских игр 1992 г. (Опыт Барселоны..., 2019).

Необходимость разработки и реализации такого рода стратегий обусловлена тем, что технологическая платформа МОК, на основе которой создаются и успешно проводятся Олимпийские игры по всему миру, содержит помимо идейного, культурного, спортивного, инженерного, экологического и прочих обязательных компонентов, ещё и серьёзную коммерческую составляющую в интересах основных её владельцев. Но всё это не всегда оказывается в гармонии с долговременными интересами жителей и отечественного бизнеса олимпийских столиц. И Сочи в этом отношении, не исключение (Шарафутдинов, 2013). Поэтому необходимость разработки и реализации постолимпийского стратегического пакета развития Сочи (стратегия, генплан), несомненно, актуальна. Тем более, не исключено, что его фактическое отсутствие в определённой мере стало одной из причин хаотичного, бессистемного характера развития Сочи в постолимпийский период.

Б) В отношении стратегических целей развития

1. В ряду стратегических целей развития туризма на период до 2035 г. впервые за последние десятилетия сформулированы такие как: обеспечение доступности услуг туризма, отдыха и оздоровления для всех жителей России, с выходом на показатель двукратного роста внутренних туристов на одного жителя; значительный рост экспорта отечественных турпродуктов (Таблица 2). Хотя в прежних вариантах проектов стратегии практически всё сводилось к одному показателю – росту доли туризма в ВВП, что не давало возможности обозначить социальный вектор развития туризма и на этой основе выделить адекватные особенностям России приоритетные регионы и направления развития туризма.

Таблица 2. Целевые показатели развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года, утвержденные Правительством России до 2035 г.

Целевой показатель	2017	2025	2035
Валовая добавленная стоимость туристской индустрии, млрд. руб.	3158	6039	16306
Повышение доступности туризма для граждан РФ, единиц	0,4	0,6	1
Экспорт туристских услуг, млрд. дол. США	8,9	16,7	28,6
Инвестиции в сферу туризма, % (2017 г. – 100 %)	100	150	300

Источник данных: Стратегия развития..., 2019

2. Иные варианты стратегических целей развития туризма.

В свете трансформирования туризма в драйвер социально-экономического развития в рамках туристского сектора экономики, охватывающего более 50-60-ти отраслей и сфер мировой экономики, а также его участия в решении социальных задач в тесной взаимосвязи с такими отраслями и сферами, как наука и образование, здравоохранение, культура, прямо участвующими в воспроизводстве человеческого потенциала, необходимо брать в расчёт возможность рассмотрения и иных вариантов целей развития туризма:

– уровень конкурентоспособности РТП, не уступающий ведущим рекреационно-туристским, туристско-курортным регионам мира;

– сохранение и рост человеческого потенциала страны (продолжительность жизни, затраты на здравоохранение, ВВП на душу населения, уровень образования, доля турпродуктов в потребительской корзине, доля населения, вовлекаемого в сферу туризма и др.);

– мощь «мягкой силы» туризма или цивилизационного влияния России. Её замеры могут производиться, например, по следующей системе показателей: миграция/эмиграция молодёжи, высокообразованной части населения; соотношение внутренних/въездных/выездных турпотоков, дефицит/профицит платёжного баланса

страны по статье «поездки» в отношении туризма; доля мировых и (или) региональных туристских и финансовых потоков, вовлекаемых в регион и др.).

В) В отношении ключевых показателей оценки конкурентоспособности, которые должны закладываться в систему управления воспроизводством РТП для обеспечения должного уровня его конкурентоспособности.

1. Основные показатели со стороны потребителей РТП:

– объёмы туристских и финансовых потоков, вовлекаемых в пространство регионов воспроизводства РТП; объём регионального экспорта турпродуктов;

– структура спроса на РТП, предпочтений, удовлетворённости / неудовлетворённости туристов в пространственно-временных координатах регионов (внутренних и въездных); объёмы и доли обратно вывозимых неиспользованных туристами в регионе средств (отрицательные турпотоки);

– динамика человеческого потенциала лояльных к региону туристов (система показателей: продолжительность жизни; образование; ВВП на человека; расходы на здравоохранение);

– культурное, цивилизационное, психологическое влияние экспорта турпродуктов.

2. Основные показатели со стороны производителей – создателей РТП (туристского сектора и РТП):

- перечень отраслей, реально охватываемых туристским сектором экономики регионов, определённые доли продукции которых в составе РТП реально востребованы со стороны турпотоков в пространственно-временных координатах регионов;

– доля занятого населения в туристском секторе экономики региона, вовлекаемого в процесс приращения стоимости РТП и всего многообразия входящих в него ансамблей локальных товаров и услуг;

– объёмы и структура РТП, генерируемых спросом со стороны туристских и финансовых потоков, ежегодно вовлекаемых в пространство регионов их воспроизводства, как органической составляющей ВРП;

– доля РТП в доходной части бюджетов всех уровней (семейных, местных, региональных, федеральных);

– доля туристского сектора и генерируемого им РТП в расходах бюджетов всех уровней на социально-экономическое развитие регионов: экологию, транспорт, социальную сферу, здравоохранение, образование, энергетику, коммунальную сферу и др.;

– влияние соотношения внутренних, въездных и выездных туристских и финансовых потоков на параметры РТП и обратно (РТП на эти соотношения).

3. Показатели определения устойчивости воспроизводства РТП (ключевой компонент конкурентоспособности РТП, пока не находящийся в поле зрения большинства исследований теории и практики развития туризма):

– динамика сбалансированности (разбалансированности) соотношения спрос/предложение на РТП в пространственно-временных координатах регионов;

– поддержание оптимальных соотношений (пропорций) фаз расширенного воспроизводства РТП: производства, распределения, обмена и потребления в пространственно-временных координатах регионов;

– устойчивая ресурсообеспеченность воспроизводимых РТП; мониторинг качества и состояния туристских ресурсов регионов: природных, культурно-исторических, социальных, материальных, технологических, пространственных и др., вовлекаемых в воспроизводство РТП;

– соответствие ключевых параметров воспроизводства РТП оптимальной рекреационной ёмкости регионов;

– соответствие ежегодных (5-летних и др.) результатов разработки и реализации флагманских проектов, способных обеспечивать достижение поставленных стратегических целей развития туризма; наличие и эффективность системы корректировки реализуемой стратегии развития туризма в регионах.

4. Показатели эффективности использования туристского потенциала региона:

– степень изученности и использования состояния ресурсной базы регионов; глубина и экологическая чистота индустриальной (промышленной) переработки туристской ресурсной базы, вовлекаемой в воспроизводство РТП (пространственной, природной, культурно-исторической, социальной, материальной, технологической);

– наличие определенной рекреационной ёмкости региона и созданной (используемой) модели, определяющей её состояние (соотношение фактической / оптимальной) на каждом этапе воспроизводства РТП, в сочетании с прогнозными моделями экологических и социально-экономических последствий;

– наличие интегральной информационной модели состояния туристской ресурсной базы с включением в неё всех без исключения компонентов (природных, культурно-исторических и др.), в увязке мониторинга её динамики с оптимальной рекреационной ёмкостью регионов и страны;

– объём внутреннего турпотока, въездного турпотока и генерируемых ими финансовых потоков на единицу ресурсов в рамках не превышения оптимальной рекреационной ёмкости регионов;

– адекватность и качество многообразия форм РТП (функциональная, событийная, воспроизводственная, интегративная) и их технологический уровень по отношению к туристской ресурсной базе регионов (степень использования, степень сохранности и результативность использования туристского ресурса);

– полноценность и эффективность закладки особенностей и преимуществ русской, российской цивилизации в создаваемые и реализуемые РТП (мощность и действенность «мягкой силы» российского туристского сектора);

5. Показатели технологического уровня и эффективности системы управления развитием туристского сектора экономики региона:

– полноценность и адекватность интегративного статистического видения системой управления развитием туризма в регионе всего турпродуктового ассортимента, т.е. товаров и услуг всех отраслей и сфер, участвующих в удовлетворении спроса со стороны турпотоков, вовлекаемых в пространство регионов или стран в сочетании со статистикой ключевых параметров турпотоков;

– наличие стратегии развития туризма в регионе, эффективного механизма её реализации, соответствующего целям; необходимого и достаточного набора флагманских проектов и адекватный мониторинг реализации стратегических целей, на которые они нацелены и ради которых они определены;

– использование современных технологий взаимодействия бизнеса, науки, власти и общества в управлении воспроизводством конкурентоспособностью РТП и развитием туристского пространства регионов и страны в целом;

– наличие высококачественной логистики развития туристского пространства региона, страны в целом; переход от точечного пространственного развития к созданию целостных высокотехнологичных туристских пространственно-временных континуумов с задействованием всей востребованной туристской ресурсной базой регионов, без превышения их оптимальной рекреационной ёмкости;

– эффективность брендирования РТП в показателях динамики его доли на мировых и региональных рынках, сравнительных показателях туристской подвижности в регионе, показателях влияния РТП на социально-экономическое развитие, как регионов-доноров турпотоков, так и регионов воспроизводства РТП;

– наличие туристской технологической платформы, эффективность использования платформенного подхода в управлении развитием туристского сектора экономики.

Как показывает анализ данного перечня ключевых показателей оценки конкурентоспособности, их закладка в действующую систему управления развития туризма в регионах в качестве ключевых векторов направлений её совершенствования потребует действительно кардинальной смены парадигмы её функционирования. Фактически это потребует нового технологического, а строго говоря, платформенного подхода, уже активно используемого, в частности, в западной Европе при создании крупных многоотраслевых наукоёмких продуктов в масштабах больших пространств, в т.ч. в сфере экономики туризма.

5. Заключение

Подводя некоторые итоги затронутых в статье вопросов важно подчеркнуть, что применительно к особенностям России ключевые проблемы совершенствования системы управления развитием туризма в её регионах, так или иначе, наталкиваются на тему освоения, развития и эффективного использования её необъятных пространств, прежде всего отечественным туристским сектором экономики. Но это требует не просто

современных, но, по-видимому, уникальных технологий развития пока слабо развитых отечественных туристских пространств, прежде всего за счёт обеспечения устойчивого воспроизводства РТП, опираясь на необходимость достижения ими ключевых показателей конкурентоспособности.

При этом принципиально важно отметить, что зародившийся в Европе платформенный подход (Шарафутдинов и др., 2019), как один из современных способов освоения и развития туристских пространств, хорошо работает там и тогда, где и когда в его основу закладываются и постоянно актуализируются последние достижения информационных и цифровых технологий. Без этого сегодня уже невозможно добиваться ключевых показателей конкурентоспособности воспроизводимых РТП, так как их воспроизводство основывается на лавинообразном генерировании и необходимости обработки огромных массивов данных с целью получения новой информации и на её основе наращивания «новой стоимости» [3]. В этом суть современного платформенного подхода. Он уже на деле позволяет своевременно напитывать систему управления развитием туризма в регионах необходимой и достоверной информаций способной обеспечивать уже оптимальное регулирование пропорций и фаз воспроизводства РТП в рамках десятков отраслей туристского сектора экономики в пространственно-временных координатах регионов. В первую очередь в интересах устойчивого удовлетворения растущего спроса со стороны внутренних и въездных турпотоков, не выходя при этом за пределы оптимальной ёмкости регионов с целью сохранения и развития туристской ресурсной базы регионов. Иными словами, речь идёт уже о том, что в основу совершенствования системы управления развитием туризма в регионах необходимо закладывать разработку и реализацию отечественных туристских технологических платформ, способных обеспечивать устойчивое воспроизводство региональных турпродуктов, основываясь на ключевых показателях их конкурентоспособности. Но это уже отдельная, большая и относительно самостоятельная тема, далека выходящая за рамки вопросов данной статьи, вместе с тем, тесно связанная с разработкой теории и практики их решения.

Литература

Закон..., 2018 – Закон Краснодарского края от 21 декабря 2018 года №3930-КЗ «О стратегии социально-экономического развития Краснодарского края до 2030 года» (в ред. Закона Краснодарского края от 05.05.2019 №4034-КЗ).

Методика расчёта..., 2016 – Методика расчёта показателей «Валовая добавленная стоимость туристской индустрии» и «Доля валовой добавленной стоимости туристской индустрии в валовом внутреннем продукте Российской Федерации» (Утв. приказом Росстата от 02.12.2016 г. №763).

Методологические основы..., 2018 – Методологические основы оценки конкурентоспособности регионального турпродукта. Отчёт о НИР по теме: Проблемы совершенствования методик оценки конкурентоспособности регионального турпродукта. Рег. № НИОКТР АААА-А17-117021310239-2. Рег. № ИКРБС АААА-Б18-218122790048-4. Сочи: Сочинский научно-исследовательский центр РАН, 2018. 92 с.

Не в прорывных..., 2020 – Не в «прорывных технологиях» дело: Мишустин раскрыл Соловьёву драйвер развития экономик мира [Электронный ресурс]. URL: https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Ftsargrad.tv%2Fnews%2Fne-v-proryvnyh-tehnol ogijah-delo-mishustin-raskryl-solovjovu-drajver-razvitija-jekonomik-mira_234397&promo=navbar&utmreferrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com (дата обращения: 17.01.2020).

Опыт Барселоны..., 2019 – Опыт Барселоны: Эволюция стратегического планирования Барселоны и ее метрополии. URL: https://vuzlit.ru/837544/opyt_barselony_evolyutsiya_strategicheskogo_planirovaniya_barselony_metropolii (дата обращения: 26.10.2019).

Проблемы совершенствования..., 2017 – Проблемы совершенствования методик оценки конкурентоспособности регионального турпродукта. Отчёт о НИР. Рег. № НИОКТР

[3] «Сегодня данные стали золотом, нефтью и платиной XXI века. Тот, кто быстрее и лучше соберёт данные о субъекте права, об объекте недвижимости, о компаниях, о том, что происходит, распознает их, раскластеризует и лучше обработает, тот генерирует больше добавленной стоимости... Не только прорывные технологии, о которых говорят сегодня, являются драйвером развития экономик мира... Всё очень сильно зависит от цифровых платформ» (Не в прорывных технологиях..., 2020).

АААА-А17-117021310239-2. Рег. № ИКРБС АААА-Б17-217122090077-2. Сочи: Сочинский научно-исследовательский центр РАН, 2017. 60 с.

Прощай..., 2018 – Прощай, немытая Россия. Активная молодежь уезжает из России. [Электронный ресурс]. URL: https://weekend.rambler.ru/other/40465868-proschay-nemytaya-rossiya-aktivnaya-molodezh-uezzhaet-iz-rossii-i-vozvraschatsya-ne-sobiraetsya/ (дата обращения: 15.12.2019).

Романова и др., 2019 – *Романова Г.М., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.* Об экономических основах туризма как объекта философии // *Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм*. 2019. №1 (1). С. 3-29.

Собирательная группировка..., 2014 – Собирательная группировка видов экономической деятельности «Туризм» (Утв. Министерством культуры РФ 26.12.2014 г.).

Сорокин и др., 2017 – *Сорокин Д.Е., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.* О проблемах стратегирования развития туризма в регионах России (на примере Краснодарского края и города-курорта Сочи) // *Экономика региона*. 2017. Т. 13, вып. 3. С. 764-776. DOI: https://doi.org/10.17059/2017-3-10

Стратегия развития..., 2019 – Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года (Утв. распоряжением Правительства РФ от 20 сентября 2019 г. №2129-р).

Федеральный закон..., 1996 – Федеральный закон от 24.11.1996 № 132-ФЗ (ред. от 02.12.2019) «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации». [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/

Шарафутдинов, 2013 – *Шарафутдинов В.Н.* О необходимости пересмотра подходов к исследованию проблем создания и реализации сочинского турпродукта (на примере сочинского олимпийского проекта) // *Вестник Сочинского государственного университета*. 2013. № 1 (23). С. 80-89.

Шарафутдинов, Онищенко, 2017 – *Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.* «Мягкая сила» туризма. // *Социально-гуманитарные проблемы современности:* сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции 30 сентября 2017 г.: в 5 ч. / Под общ. ред. Е. П. Ткачевой. Белгород: ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ), 2017. Часть II. 150 с. С. 145-150. [Электронный ресурс]. URL: http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb_k-2-30.09.17.pdf

Шарафутдинов и др., 2019 – *Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В., Наконечный А.И.* Туристские технологические платформы как инструмент обеспечения конкурентоспособности региональных турпродуктов // *Регион: экономика и социология*. 2019. №1 (101). С. 114-132. DOI: 10.15372/REG20190106

References

Federal'nyj zakon..., 1996 – Federal'nyj zakon ot 24.11.1996 № 132-FZ (1996) (red. ot 02.12.2019) «Ob osnovah turistskoj deyatel'nosti v Rossijskoj Federacii» [Federal law «On the basics of tourist activities in the Russian Federation»] [Elektronnyi resurs]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/bb9e97fad9d14ac66df4b6e67c453d1be3b77b4c/ [in Russian]

Metodika raschyota..., 2016 – Metodika raschyota pokazatelej «Valovaya dobavlennaya stoimost' turistskoj industrii» i «Dolya valovoj dobavlennoj stoimosti turistskoj industrii v valovom vnutrennem produkte Rossijskoj Federacii» [Methodology for calculating the indicators "gross value added of the tourism industry" and " Share of gross value added of the tourism industry in the gross domestic product of the Russian Federation»]. 2016. Utv. prikazom Rosstata ot 02.12.2016 g. №763. [in Russian]

Metodologicheskie osnovy..., 2018 – Metodologicheskie osnovy ocenki konkurentosposobnosti regional'nogo turprodukta [Methodological basis for assessing the competitiveness of regional tourism products]. 2018. Otchyot o NIR po teme: Problemy sovershenstvovaniya metodik ocenki konkurentosposobnosti regional'nogo turprodukta. Reg. № NIOKTR AAAA-A17-117021310239-2. Reg. № IKRBS AAAA-B18-218122790048-4. Sochi: Sochinskij nauchno-issledovatel'skij centr RAN, 2018. 92 p. [in Russian]

Ne v proryvnyh..., 2020 – Ne v «proryvnyh tekhnologiyah» delo: Mishustin raskryl Solov'yovu drajver razvitiya ekonomik mira [It's not about «breakthrough technologies»: Mishustin revealed the driver of the world's economies to Solovyov]. 2020. Elektronnyi resurs]. URL: https://yandex.ru/turbo?text=https%3A%2F%2Ftsargrad.tv%2Fnews%2Fne-v-proryvnyh-

tehnologijah-delo-mishustin-raskryl-solovjovu-drajver-razvitija-jekonomik-mira_234397 &prom o=nav bar&utm_referrer=https%3A%2F%2Fzen.yandex.com (data obrashcheniya: 17.01.2020). [in Russian]

Opyt Barselony..., 2019 – Opyt Barselony: Evolyuciya strategicheskogo planirovaniya Barselony i ee metropolii [The Barcelona experience: the Evolution of the strategic planning of Barcelona and its metropolis] 2019. [Elektronnyi resurs]. URL: https://vuzlit.ru/837544/opyt_barselony_evolyutsiya_strategicheskogo_planirovaniya_barselony_metropolii (data obrashcheniya: 26.10.2019). [in Russian]

Problemy sovershenstvovaniya..., 2017 – Problemy sovershenstvovaniya metodik ocenki konkurentosposobnosti regional'nogo turprodukta [Problems of improving methods for assessing the competitiveness of regional tourism products]. 2017. Otchyot o NIR. Reg. № NIOKTR AAAA-A17-117021310239-2. Reg. № IKRBS AAAA-B17-217122090077-2. Sochi: Sochinskij nauchno-issledovatel'skij centr RAN, 2017. 60 p. [in Russian]

Proshchaj..., 2018 – Proshchaj, nemytaya Rossiya. Aktivnaya molodezh' uezzhaet iz Rossii [Goodbye, unwashed Russia. Active youth leaving Russia]. 2018. [Elektronnyi resurs]. URL: https://weekend.rambler.ru/other/40465868-proschay-nemytaya-rossiya-aktivnaya-molodezh-uezzhaet-iz-rossii-i-vozvraschatsya-ne-sobiraetsya/ (data obrashcheniya: 15.12.2019). [in Russian]

Romanova i dr., 2019 – *Romanova G.M., Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V.* (2019). Ob ekonomicheskih osnovah turizma kak ob"ekta filosofii [On the economic foundations of tourism as an object of philosophy]. *Professorskij zhurnal. Seriya: rekreaciya i turizm*. №1 (1), pp. 3-29. [in Russian]

Sharafutdinov i dr., 2019 – *Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V., Nakonechnyj A.I.* (2019). Turistskie tekhnologicheskie platformy kak instrument obespecheniya konkurentosposobnosti regional'nyh turproduktov [Tourist technology platforms as a tool for ensuring the competitiveness of regional tourism products]. *Region: ekonomika i sociologiya*. №1 (101), pp. 114-132. DOI: 10.15372/REG20190106 [in Russian]

Sharafutdinov, 2013 – *Sharafutdinov V.N.* (2013). O neobhodimosti peresmotra podhodov k issledovaniyu problem sozdaniya i realizacii sochinskogo turprodukta (na primere sochinskogo olimpijskogo proekta) [On the need to revise approaches to the study of the problems of creating and selling Sochi tourism product (on the example of the Sochi Olympic project)]. *Vestnik Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta*. № 1 (23), pp. 80-89. [in Russian]

Sharafutdinov, Onishchenko, 2017 – *Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V.* (2017) «Myagkaya sila» turizma [«Soft power» of tourism]. Social'no-gumanitarnye problemy sovremennosti: sbornik nauchnyh trudov po materialam Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoj konferencii 30 sentyabrya 2017 g.: v 5 ch. Pod obshch. red. E. P. Tkachevoj. Belgorod: OOO Agentstvo perspektivnyh nauchnyh issledovanij (APNI). CHast' II. 150 s. S. 145-150. [Elektronnyi resurs]. URL: http://issledo.ru/wp-content/uploads/2017/10/Sb_k-2-30.09.17.pdf [in Russian]

Sobiratel'naya gruppirovka..., 2014 – Sobiratel'naya gruppirovka vidov ekonomicheskoj deyatel'nosti «Turizm» [A collective grouping of economic activities in the «Tourism»]. 2014. (Utv. Ministerstvom kul'tury RF 26.12.2014 g.). [in Russian]

Sorokin i dr., 2017 – *Sorokin D.E., Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V.* (2017). O problemah strategirovaniya razvitiya turizma v regionah Rossii (na primere Krasnodarskogo kraya i goroda-kurorta Sochi) [On the problems of strategizing the development of tourism in the regions of Russia (on the example of the Krasnodar region and the resort city of Sochi)]. *Ekonomika regiona*. T. 13, vyp. 3, pp. 764-776. DOI: https://doi.org/10.17059/2017-3-10. [in Russian]

Strategiya razvitiya..., 2019 – Strategiya razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda [Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2035]. 2019. (Utv. rasporyazheniem Pravitel'stva RF ot 20 sentyabrya 2019 g. №2129-r). [in Russian]

Zakon..., 2018 – Zakon Krasnodarskogo kraya ot 21 dekabrya 2018 goda №3930-KZ «O strategii social'no-ekonomicheskogo razvitiya Krasnodarskogo kraya do 2030 goda» [«On the strategy of social and economic development of the Krasnodar region until 2030»]. 2018. V red. Zakona Krasnodarskogo kraya ot 05.05.2019 №4034-KZ). [in Russian]

УДК 338.48

Ключевые проблемы совершенствования системы управления развитием туризма в регионах России

Владимир Насибуллович Шарафутдинов [a, b], Елена Васильевна Онищенко [a, *]

[a] Сочинский научно-исследовательский центр Российской академии наук, Российская Федерация
[b] Сочинский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье обосновывается гипотеза усовершенствования системы управления развитием туризма в регионах на основе управления устойчивым воспроизводством высококонкурентных региональных турпродуктов. Оригинальность гипотезы заключается в обосновании необходимости оценок конкурентоспособности в экономике туризма посредством определения показателей эффективности использования туристского потенциала регионов, в дополнение к широко практикуемым сегодня в мире оценкам конкурентоспособности путём сопоставления в основном самого туристского потенциала регионов (дестинаций). При этом авторами предлагается система показателей оценки конкурентоспособности по параметрам воспроизводства региональных турпродуктов. Эта система показателей, состоящая из пяти укрупнённых групп, раскрывает, по мнению авторов, ключевые векторы совершенствования системы управления развитием туристского сектора экономики регионов, доступные только в условиях использования новейших информационных технологий и цифровизации отраслей, вовлекаемых в обслуживание туристов. Тем самым обеспечивая реальные перспективы трансформирования туристского сектора экономики регионов в драйвер социально-экономического развития России и определения ключевых направлений его технологических прорывов.

Ключевые слова: туризм, туристский сектор экономики, региональный турпродукт, управление развитием туризма, конкурентоспособность регионального турпродукта, туристская технологическая платформа.

* Корреспондирующий автор
Адреса электронной почты: 398993@gmail.com (В.Н. Шарафутдинов), elon@list.ru (Е.В. Онищенко)