



The Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation

Sochi Journal of Economy

Scientific periodical. First published in 2007
ISSN 2541-8114. 2023. 17(1)

Editorial Staff:

E. K. VOROBEY
Editor in Chief — Dr. (Economic), docent,
head of the Department of Scientific Policy and Research of
Sochi State University
A. M. VETITNEV
Deputy Editor in Chief — Dr. (Economic), professor,
leading researcher of the research center (SGU)
M. S. OBORIN
Deputy Editor in Chief — Dr. (Economic), docent,
professor (PRUE)

M. Yu. AFANAS'EV
Dr. (Economic), Professor (CEMI, RAS)
T. E. GVARLLIANI
Dr. (Economic), Professor (SGU)
E. N. KLOCHKO
Dr. (Economic), Professor (KSAU)
V. S. OSIPOV
Dr. (Economic), Professor (MGIMO University MFA Russia)
N. A. SAVELEVA
Dr. (Economic), Professor (SGU)
M. Yu. SHERESHEVA
Dr. (Economic), Professor (MSU named after
M.V. Lomonosov)

Editorial Board:

A. T. BYKOV (Russian Federation)
Doctor of Medicine, Professor, corresponding member of
the RAMS, corresponding member of the RAS, Association
of Resort and Tourist Cities, Sochi State University
KH. A. KONSTANTINIDI (Russian Federation)
Doctor of Economics, Associate Professor,
M.V. Lomonosov Moscow State University, National
Rating Agency, Russian Academy of Sciences
V. I. KRUZHALIN (Russian Federation)
Doctor of Geographical Sciences, Professor,
M.V. Lomonosov Moscow State University
M. A. MOROZOV (Russian Federation)
Doctor of Economics, Professor, Plekhanov Russian
Economic University
L. B. NYURENBERGER (Russian Federation)
Doctor of Economics, Professor, Novosibirsk State
University of Economics and Management (NSUEM)
G. A. SIMONYAN (Russian Federation)
Doctor of Economics, Research institute of history,
economics and law
V. N. SHARAFUTDINOV (Russian Federation)
Candidate of economic sciences, Sochi State University

The journal is listed in Russian Index
of Scientific Quotations
Impact factor of Russian Science Citation 2021 – 0,036

Founder:

FSBEI HE "Sochi State University"

Editorial address:

94, Plastunskaya Str., Sochi city, 354003
Tel.: 8(918) 306-30-67

Address of the publisher:

94, Plastunskaya Str., Sochi city, 354003

Address printing:

94a, Plastunskaya Str., Sochi city, 354003

E-mail: vestniksgu@inbox.ru
Website: www.vestnik.sutr.ru

Proofreader, Editor-translator
V. S. MOLCHANOVA
Technical Editor, Electronic support by
N. A. SHEVCHENKO

The journal is registered in Federal Service in the field of
Communications, Information Technology and
Communications.

Magazine Certificate of Registration

ПН №ФС77-62398 July 14, 2015.

Information product mark: 16

The journal is included in the List of State Commission for
Academic Degrees and Titles of the
Russian Federation editions.
Free price

Release date 25.03.2023

Format 29,7 × 42/2. Offset paper.
Screen printing. Georgia typeface.

Ysl. Izd. l. 21,04. Ysl. pech. l. 16,2.
Circulation 500 copies. Order 92

Issued from 2007
Publication frequency — once in 3 months



Министерство науки и высшего образования РФ

Sochi Journal of Economy

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ. Издается с 2007 г.
ISSN 2541-8114. 2023. 17(1)

РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Е. К. ВОРОБЕЙ
главный редактор — д-р экон. наук, доцент, начальник
управления научной политики и исследований СГУ
А. М. ВЕТИТНЕВ
зам. главного редактора — д-р экон. наук, профессор,
ведущий научный сотрудник НИЦ СГУ
М. С. ОБОРИН
зам. главного редактора — д-р экон. наук, доцент,
профессор РЭУ им. Г.В. Плеханова

М. Ю. АФАНАСЬЕВ
д-р экон. наук, профессор ЦЭМИ РАН
Т. Е. ГВАРЛИАНИ
д-р экон. наук, профессор СГУ
Е. Н. КЛОЧКО
д-р экон. наук, профессор КубГАУ имени
И.Т. Трубилина
В. С. ОСИПОВ
д-р экон. наук, профессор МГИМО МИД России
Н. А. САВЕЛЬЕВА
д-р экон. наук, профессор СГУ
М. Ю. ШЕРЕШЕВА
д-р экон. наук, профессор МГУ имени М.В. Ломоносова

РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

А. Т. БЫКОВ (Российская Федерация)
д.м.н., профессор, член-корр. РАН, член-корр. РАН,
Ассоциация курортных и туристических городов,
ФГБОУ ВО «СГУ»
Х. А. КОНСТАНТИНИДИ (Российская Федерация)
д.э.н., доцент, ФГБОУ ВО «МГУ им. М.В. Ломоносова»,
Национальное Рейтинговое Агентство, Российская
академия наук
В. И. КРУЖАЛИН (Российская Федерация)
д.геогр.н., профессор, ФГБОУ ВО «МГУ им.
М.В. Ломоносова»
М. А. МОРОЗОВ (Российская Федерация)
д.э.н., профессор, ФГБОУ ВО «Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова»
Л. Б. НЮРЕНБЕРГЕР (Российская Федерация)
д.э.н., профессор, ФГБОУ ВО «НГУЭУ»
Г. А. СИМОНЯН (Российская Федерация)
д.э.н., АНО НИИ «Истории, экономики и права»
В. Н. ШАРАФУТДИНОВ (Российская Федерация)
к.э.н., ФГБОУ ВО «СГУ»

Журнал включен в базу
Российского индекса научного цитирования.
Импакт-фактор РИНЦ 2021 – 0,036

Учредитель:

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

Адрес редакции:

354003, г. Сочи, ул. Пластунская, 94
Тел.: 8(918) 306-30-67

Адрес издателя:

354003, г. Сочи, ул. Пластунская, 94

Адрес типографии:

354003, г. Сочи, ул. Пластунская, 94а
E-mail: vestniksgu@inbox.ru
Сайт журнала: www.vestnik.sutr.ru

Корректор, редактор-переводчик
В. С. МОЛЧАНОВА
Технический редактор, электронная поддержка
Н. А. ШЕВЧЕНКО

Журнал зарегистрирован в федеральной службе
по надзору в сфере связи, информационных
технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство
о регистрации средства массовой информации

ПИ №ФС77-62398

от 14 июля 2015 г.

Знак информационной продукции: 16+

Цена свободная

Дата выхода 25.03.2023

Формат 29,7 × 42/2. Бумага офсетная.
Печать трафаретная. Гарнитура Georgia.

Уч.-изд. л. 21,04. Усл. печ. л. 16,2.

Тираж 500. Заказ № 92

Выходит с 2007 г.
Периодичность — 1 раз в 3 месяца

Contents

Column by Editor-in-Chief	4
From Editorial Board	6

Articles

Marketing as a Tool for Improving the Sustainability of the Development of Tourist Territories V.A. Avetisyan	8
On the Issue of the Investment Attractiveness of the Territory in the New Reality T.E. Gvarliani, A.A. Cherkasova	20
Study of Factors Influencing the Implementation of Sustainable Development of Rural Areas in the Krasnodar Krai E.N. Klochko, M.V. Zelinskaya, L.V. Kovalenko	32
Research of the Tourism Services Market in the Context of Sustainable Development Regions of Siberia L.B. Nyurenberger, A.V. Malgin, N.E. Petrenko, E.N. Bavykina	41
The Formation of Strategic Directions for the Development of Medical and Health Tourism and the Sanatorium-Resort Complex of the Chelyabinsk Region M.S. Oborin	51
Forecasting of Tourism Development in the Kirov Region A.K. Sintsova, A.I. Smetanina	61
The Concept of Sustainable Development in the New Reality of the XXI century: International and Russian Trends E.K. Vorobey	69

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 4-5

www.vestnik.sutr.ru



Column by Editor-in-Chief

Первый номер журнала в 2023 году посвящен вопросам устойчивого развития отдельных видов туризма, туристских территорий (Сибири, Кировской области, Челябинской области, Краснодарского края), что, на наш взгляд, поможет расставить акценты, продвинуться в понимании дальнейших тенденций и ознакомить ученых с практическими рекомендациями по достижению высоких показателей в экономическом, социальном развитии и обеспечении целостности существующих природных систем, составляющих единой концепции устойчивого развития.

С началом мощного геополитического кризиса 2022 года в России начались процессы переосмысления ESG-повестки, которая, несмотря на сложившуюся ситуацию, не потеряла своей актуальности. Об этом свидетельствуют следующие факты:

- продолжается выпуск «зеленых» и «социальных» облигаций (их объем по сравнению с 2021 годом снизился примерно на 30%);
- согласно экспертным оценкам, объем банковских ESG-кредитов в 2022 году не уменьшился;
- крупнейшие компании продолжили раскрытие нефинансовой отчетности;
- практически все компании, ранее получившие ESG-рейтинг, в 2022 году вышли на его подтверждение;
- все эмитенты, привлекающие средства через «зеленые» и «социальные» облигации, выполнили свои обязательства по размещению на Московской бирже отчета о целевом использовании средств;
- российские рейтинговые агентства пересмотрели свои методологии с целью возможности обслуживания эмитентов и организаций, которые ранее рейтинговались за рубежом;
- в 2022 году была совершена первая сделка с углеродными единицами (в объеме 20 единиц), и был сформирован первый верифицированный климатический проект;
- Банк России ввел в обращение три новых вида ESG-облигаций (ESG-индекс 200 российских городов должен появиться в январе 2023 года [Электронный ресурс]. Сайт информационного агентства «ТАСС». URL: <https://tass.ru/ekonomika/15486049>, ESG-оценка развития российских городов: новые условия – новые задачи для территорий [Электронный ресурс]. Сайт АО «Эксперт РА». URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg_city_development_2022/).
- в 2022 году Президент России дал поручение Правительству РФ рассмотреть вопрос об определении критериев отнесения инвестиционных проектов к числу проектов, отвечающих требованиям концепции экологической, социальной и корпоративной ответственности (ESG рейтинг российских регионов 2020 [Электронный ресурс]. Сайт АО «Эксперт РА». URL: https://raex-a.ru/rankings/regions/ESG_raiting#metodika), что должно открыть возможность для закрепления принципов, аналогичных принципам ESG, на законодательном уровне.

Таким образом, в российских условиях значительно расширилась область объектов исследований, которые могут быть охвачены ESG-концепцией. Уход от традиционного понимания ESG-принципов, как относящихся исключительно к производственному и финансовому секторам, и практическое применение их к городам и территориям может

иметь немаловажное значение для такой сферы экономики, как сфера рекреации и туризма отдельной территории.

Текущий номер журнала содержит статью В.А. Аветисяна на тему «Маркетинг как инструмент повышения устойчивости развития туристских территорий» в которой раскрыта тема, начиная с определения специфики и задач маркетинга территорий и рассмотрения ключевых этапов-связок разработки стратегии развития, до классификации цели по видам и превращения ее в целевой показатель. Автор раскрывает методологию и инструменты этого процесса. Подход предусматривает рассмотрение туризма не как объекта развития, а как инструмента развития территории.

В номере журнала представлена статья «Концепция устойчивого развития в условиях новой реальности XXI века: международные и российские тенденции» автора Е.К. Воробей, которая обосновывает все больше растущий, со стороны предприятий, интерес участия в ESG–рейтингах в мире, и характерную для России тенденцию по внедрению концепции устойчивого развития на разных уровнях охвата изучаемых систем: как на уровне отдельного предприятия, так и на уровне территорий и городов.

Статья авторов Т.Е. Гварлиани и А.А. Черкасовой на тему «К вопросу об инвестиционной привлекательности территории в условиях новой реальности» делает акцент на новой реальности развития Краснодарского края, в том числе в связи с выделением федеральной территории «Сириус».

В статье авторов Е.Н. Ключко, М.В. Зелинской, Л.В. Коваленко на тему «Исследование факторов влияния на осуществление устойчивого развития сельских территорий в Краснодарском крае» определен ряд факторов, оказывающих влияние на предмет исследования, в том числе: динамика численности населения в контексте его системного увеличения или сокращения; функционирование хозяйствующих отраслей и перспективы наращивания мощностей сельскохозяйственных организаций; содействие аграрной кооперации и другие. Представлены рекомендации по обеспечению комплекса мер для сохранения потенциала устойчивого развития сельских территорий.

Статья авторов Л.Б. Нюрнбергер, А.В. Мальгина, Н.Е. Петренко, Е.Н. Бавыкиной на тему «Исследование рынка туристских услуг в контексте устойчивого развития регионов Сибири» рассматривает актуальную проблематику, позволяющую выявить отношение общества к устойчивому развитию туризма в регионе. Целью исследования стало изучение социально-экономических аспектов развития туристской отрасли Сибири. Инструментом послужило социологическое исследование, направленное на выявление мнения населения региона относительно развития туризма. В результате анализа установлено отношение населения Сибири к развитию туризма в регионе и описаны механизмы его реализации.

В статье М.С. Оборина на тему «Формирование стратегических направлений по развитию лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного комплекса Челябинской области» рассмотрен регион, Челябинская область, который часто воспринимается как промышленный регион, но обладающий мощным рекреационным потенциалом, способствующим развитию санаторно-курортного дела. Приведены стратегические направления по развитию лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного комплекса региона.

Авторы А.К. Синцова и А.И. Сметанина статьи «Прогнозирование развития туризма в Кировской области» провели оценку динамики спроса туристских услуг в Кировской области в 2022–2023 годах и дали прогнозные оценки состояния туристского рынка в регионе.

Редакция научного журнала нацелена на активное привлечение к сотрудничеству как именитых авторов, так и талантливых начинающих ученых. Приглашаем ученых к сотрудничеству!

*С уважением,
от лица редакции научного журнала Sochi Journal of Economy,
главный редактор д.э.н. Воробей Е.К.*

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 6-7

www.vestnik.sutr.ru



From Editorial Board

В очередном номере нашего журнала рассматривается ряд интересных аспектов темы устойчивого развития. Это актуально в рамках реализации государственной политики устойчивого развития территорий, которая должна, прежде всего, учитывать национальные интересы в области экономики, экологии, социальной сферы, сохранения природного и культурного наследия, патриотического воспитания и создания условий для гармоничного развития каждого человека, и благополучия людей в целом.

Интерес к вопросам устойчивого развития берет начало еще в конце 1980-х годов. Тогда – на фоне выхода доклада ООН «Наше общее будущее» (Brundtland G. H. Our common future—Call for action // *Environmental Conservation*. 1987. Т. 14. №. 4. С. 291-294) – профильные эксперты и исследователи начали обсуждать вопросы перехода к устойчивому развитию в отдельных отраслях. В течение 1990-х годов академическими исследователями было опубликовано несколько научных работ, посвящённых теоретическим основам и практике внедрения принципов устойчивого развития в туризме в целом и на отдельных уровнях.

Устойчивое развитие и ESG-повестка привязана к глобальным процессам и международным логистическим цепочкам. Экспорт, квоты и торговля углеродными единицами, зеленая таксономия, финансовый рынок – это глобальные интегрированные мировые системы. Однако, в сложившейся геополитической ситуации, с введением беспрецедентных экономических санкции, направленных на сдерживание экономического развития и роста несырьевого экспорта для России, речь может идти о некоем переходном адаптационном периоде и создании единого пространства устойчивого развития, включая реализацию климатической повестки, например, в формате БРИКС, ШОС, ЕЭК или АТЭС.

В результате усиления ограничений развития на передний план в России вышла устойчивость экономическая. Однако, несмотря на непростую экономическую ситуацию Правительство, Минэкономразвития, институты развития продолжают реализацию повестки устойчивого развития и ESG-трансформации, что уже получило подтверждение на региональных уровнях. Так в 2022 году в Липецкой области разработана первая в стране региональная стратегия устойчивого социально-экономического развития; Нижегородская область приняла региональным план ESG-трансформации, в том числе создан региональный экспертный совет, реализующий ESG повестку, сформирован Центр компетенций ESG, включающий Лабораторию практик устойчивого развития; в ростовской области при региональном Министерстве экономического развития создан подведомственный центр компетенций, который является методологом для регионального бизнеса и готовит предложения в области ESG-трансформации региона и т.д.

Рассматривая отдельные отрасли и сектора экономики отдельного внимания заслуживает туризм и индустрия гостеприимства. По мнению мирового экспертного мнения [Making Tourism more Sustainable: A Guide for Policy Makers. [Электронный ресурс]. URL: <https://wedocs.unep.org/20.500.11822/8741>], индустрия туризма оказывает прямое или косвенное воздействие на достижение всех 17 Целей в области устойчивого развития (ЦУР), сформулированных Генеральной ассамблеей ООН.

Туризм оказывает положительное воздействие на устойчивое социально-экономическое развитие территорий и с учетом мультипликативного эффекта формирует суммарно порядка 10 % валового внутреннего продукта России, обеспечивает создание новых рабочих мест, решая вопросы занятости населения, создает условия для развития

предпринимательства, обеспечивает рост доходов бюджета. В рамках реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» и государственной программы «Развитие туризма» в России запущена масштабная инвестиционная программа создания новых туристских кластеров и развития современной туристской инфраструктуры, затрагивающая практически все субъекты Российской Федерации.

В этой связи важное значение имеет внедрение стандартов и механизмов устойчивого развития туризма и индустрии гостеприимства. До конца 2023 года планируется принять два ГОСТа в сфере устойчивого туризма: «Туризм и сопутствующие услуги. Система управления устойчивым развитием гостиничных комплексов» и «Туризм и сопутствующие услуги. Устойчивый туризм. Общие требования». Это позволяет говорить о формировании новой национальной системы стандартизации, учитывающей международный опыт, но в полной мере отвечающей специфике национальной модели устойчивого развития. В рамках развития национальных подходов к устойчивому туризму во второй половине 2022 разработаны методические рекомендации внедрения механизмов устойчивого развития в туризме и гостеприимстве (Константиниди Х.А. Внедрение механизмов устойчивого развития туризма и индустрии гостеприимства в регионах России // *Вестник индустрии гостеприимства: международный научный сборник*. Выпуск 12. СПб.: Изд-во СПбГЭУ, 2022. С. 81-85). До конца 2023 года планируется: подготовка предложений по внесению изменений в Методологию присвоения ESG-рейтингов субъектам Российской Федерации и муниципальным образованиям; составление ESG-рэнкинга субъектов Российской Федерации; составление рэнкинга устойчивого развития туризма и индустрии гостеприимства в регионах России и другие элементы плана совершенствования методологии управления устойчивым развитием и ESG-трансформацией регионов и отраслей экономики России.

Сегодня осуществляется координация адаптации российской экономики к глобальному энергетическому переходу, для решения которой необходимо также вовлечение субъектов Российской Федерации. Адаптации национальной и региональной экономики к глобальному энергопереходу является частью государственной политики в области устойчивого развития. Надеемся, что основные предпосылки и результаты разработки механизмов и принципов устойчивого развития в индустрии гостеприимства и туризме в отдельных регионах России, представленные в данном номере, будут интересны читателям.

*С уважением,
от лица редакционного совета
научного журнала Sochi Journal of Economy,
член редакционного совета, д.э.н. Константиниди Х.А.*

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 8-19

www.vestnik.sutr.ru



Articles

UDC 339.138

Marketing as a Tool for Improving the Sustainability of the Development of Tourist Territories

Vazgen A. Avetisyan ^{a, *}

^a I2V branding & marketing strategy, Russian Federation

Abstract

Using the example of the goal-setting stage, the article considers the topic of using marketing approaches to the development of the territory, which is relevant and popular among specialists of both state institutions and private companies planning and implementing strategic and tactical documents and activities related to the development of tourist territories.

Starting with the conclusion and formulation of definitions, the goal-setting is revealed, starting with the definition of the specifics and objectives of marketing territories and consideration of key stages-bundles of development strategy development, to the classification of the goal by type and turning it into a target indicator. At the same time, the author reveals the methodology and tools of this process.

This approach provides for the consideration of tourism not as an object of development, but as a tool for the development of the territory. Another important thesis is the principle of “a tourist for a resident, not a resident for a tourist”, prioritizing the Residents pool among other pools of the target audience of the territory. The range of tasks of the territory that marketing of this territory is able to solve is also formulated.

Of course, marketing of tourist territories does not consist only of goal-setting, but understanding the types and hierarchy of goals, the ability to formulate them, balance them, provide metrics, tools and methodology for evaluating the result is the basis for the success of the future development strategy. An incorrectly set goal reduces the value and practicality of further work on the development and implementation of marketing efforts, and therefore leads to an unreasonable waste of resources.

Keywords: marketing, territory marketing, tourism, territory development.

1. Введение

Тема использования маркетинговых подходов к развитию территории набирает популярность у специалистов как государственных учреждений, так и частных компаний, планирующих и реализующих стратегические и тактические документы и мероприятия, связанные с развитием туристских территорий.

Однако из-за сложившейся исторически подмены понятий многие из этих специалистов либо сразу переходят при разработке таких документов и мероприятий к «креативной части», минуя необходимые для этого этапы (например, описание продукта

* Corresponding author

E-mail addresses: Vazgen@i2vbranding.ru (V.A. Avetisyan)

территории), либо допускают логические неточности при разработке всего документа из-за некорректного результата таких этапов (например, целеполагания).

В любом из этих случаев происходит ошибка планирования, которая ведет к снижению полезности и практикопримимости такого документа (стратегии, проекта, мастер-плана и т.п.).

В статье затронута одна из тем, часто подвергающаяся влиянию вышеуказанных внешних и внутренних проблем, а именно – целеполагание, ведь именно с целеполагания начинается разработка любого стратегического документа, и ошибка, совершенная на этом этапе, автоматически протягивается «красной линией» через всю дальнейшую работу, понижая ее полезность для территории.

Научная новизна работы состоит в формулировке определения маркетинга территорий с современным подходом к проблематике (не развитие туризма на территории, а развитие территории туризмом), сегментации целевой аудитории территории на 5 пулов с выделением приоритетного – Жители (население), а также в обозначении спектра задач, решаемых маркетингом туристской территории, с методологией их постановки.

2. Материалы и методы

Для написания статьи использованы:

- нормативно-правовые документы Российской Федерации, размещенные на официальных сайтах федеральных и региональных органов исполнительной власти;
- аналитические, статистические и правоустанавливающие документы международных организаций и иностранных государств, связанные с развитием территорий;
- научно-популярная и деловая литература по теме маркетинга, брендинга и развития территорий;
- профессиональный практический опыт автора: участие в проектах по мастер-планированию и развитию территорий различного масштаба – от муниципалитета до страны.

При проведении исследований использованы аналитический, сравнительный и статистический методы. В целях обобщения и выявления как тождественности, так и особенностей в определениях и применяемых подходах, методологиях, технологиях и инструментах, используется качественный анализ, методы группировок и кросс-табуляции.

3. Обсуждение

С 1902 года маркетинг стал изучаемой дисциплиной в высших учебных заведениях США (Мичиганский университет, Калифорнийский университет в Беркли и Иллинойский университет), и до сегодняшнего дня концепция, определение, наполнение, процессы и функции маркетинга неоднократно менялись, дополнялись и развивались.

Оглядываясь ретроспективой определения экспертов в маркетинге (таких как Филип Котлер, Джек Траут и др.), с учетом опыта автора и учета современных реалий можно сказать, что глобально:

Маркетинг – это функция, процессы и набор инструментов нивелирования рисков и максимизации прибыли (рыночной, предпринимательской) деятельности.

Однако даже данное определение все же нуждается в уточнении применительно к каждому объекту (точке, сфере приложения) маркетинга.

Укрупненно объекты маркетинга можно разделить на 4 группы:

1. Продукт – результат труда, хозяйственной или экономической деятельности.

Может быть представлен в виде:

- товара (имеет материально-вещественную форму, например молоток или автомобиль);
- услуги (не имеет материально-вещественную форму, неосвязаем; например консалтинг или стрижка волос);
- комбинации «товар + услуга» (например доставка цветов (одежды, еды), изготовление ключей или поход в ресторан);
- проекта (государственного, инвестиционного, краудфандингового, архитектурного, дизайн-, мастер-плана и т.п.);
- идеи (социально или политически значимой, например отказ от вредных привычек, расовое равноправие, борьба с загрязнением окружающей среды и т.п.).

2. Компания – любая форма организации людей с определенной целью.

Это может быть:

- извлечение прибыли (бизнес, предпринимательство);
- общественная деятельность (фонды, НКО, благотворительность, политические партии);
- управление и контроль (государственные образования, учреждения, министерства и их исполнительные органы);
- спортивные, музыкальные и любые другие виды достижений.

3. Персона как отдельное лицо (персоналия, персонаж, личность).

Это могут быть как люди искусства, науки, спорта и шоу-индустрии, так и политики и общественные деятели, предприниматели, бизнесмены, нишевые специалисты-профессионалы, фрилансеры.

В некоторых странах Азии (особенно в Японии) большую популярность имеют также и виртуальные персоны (например, певица-вокалоид Мику Хацунэ) и персонажи (например, покемоны).

4. Территория.

Любая часть Земли в определенных границах. Особо следует отметить, что границы территории как объекта маркетинга не обязательно должны совпадать с муниципальными, государственными или другими видами официальных границ.

Этот принцип ярче всего проявляется для туристских территорий и работает как в сторону уменьшения масштаба (например, квартал Красных фонарей в Амстердаме, 130-й квартал Иркутска или деловой квартал Сити в Москве), так и увеличения масштаба и образования макрорегионов или макротерриторий (например, макротерритории Алтай или Байкал в России). Туристская территория может быть представлена даже в виде дороги, например трасса Route 66 в США или Путь Сантьяго в Испании.

Применительно к территории определений маркетинга уже не так много, но особо следует отметить определение Филипа Котлера: «Маркетинг мест – это деятельность, предпринимаемая с целью создания, поддержания или изменения отношений и/или поведения, касающихся конкретных мест» (Котлер и др., 2008).

Адаптировав определение маркетинга, данное нами выше, получаем:

«Маркетинг территорий – функция и процессы нивелирования рисков и повышения стабильности развития территорий».

В статье используется словосочетание «стабильное развитие», чтобы не возникло путаницы с термином «устойчивое развитие», который предполагает достижение 17 конкретных целей (разработаны в 2015 году Генеральной Ассамблеей ООН) в качестве «плана достижения лучшего и более устойчивого будущего для всех», хотя некоторые цели могут и совпадать (United Nations, 2017).

Под стабильностью развития понимается устойчивость системы достижения всех видов целей территории к различным внешним и внутренним воздействиям.

Согласно определению UNWTO, туризм – это социальное, культурное и экономическое явление, которое представляет собой перемещение людей в страны или места за пределами их обычной среды обитания для личных или деловых (профессиональных) целей.

В редакции от 03.07.2019 Федерального Закона №170-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» туризм определяется как «временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства (далее – лица) с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания».

Таким образом, маркетинг туристских территорий – функция и процессы нивелирования рисков и повышения стабильности развития территорий туризмом (с помощью туризма).

Именно в этой системе координат следует понимать определение маркетинга туристской территории.

При маркетинге туристской территории основная цель – не развитие туризма на территории, а развитие территории туризмом.

Такой подход позволяет комплексно подходить к проблематике развития территории и рассматривать туризм не столько в качестве отрасли экономики, а сколько – инструмента развития территории.

4. Результаты

Спецификой маркетинга территорий является то, что в итоге он сводится к маркетингу продуктов и/или компаний и/или персон, связанных с территорией в принципе, и предполагает наличие продукта(ов) для всех пулов целевой аудитории территории.

В маркетинге территорий можно выделить пять укрупненных пулов целевой аудитории:

- Жители (население);
- Компании (бизнес, организации, инвесторы);
- Туристы (посетители);
- Над- и межтерриториальные образования;
- Фанаты.

Развивая территорию, необходимо учесть, что самый главный пул целевой аудитории территории – это Жители. В любом случае развитие территории сводится к достижению стратегических целей повышения уровня жизни населения территории.

Таким образом, можно обозначить специфику маркетинга туристской территории – это работа со всеми пятью пулами целевой аудитории территории, но учитывая фактор приоритета пула Жители перед остальными.

То есть не «житель для туриста», а «турист для жителя».

Прежде чем описать спектр задач, решаемых маркетингом туристской территории, необходимо обозначить, что туризм, в качестве инструмента развития территории, можно использовать как:

- дополнительный инструмент развития территории;
- основной инструмент развития территории.

Выделение приоритетного инструмента развития территории поможет позже, на этапе формирования продукта туристской территории.

Сейчас важно отметить:

- это хоть и условное (например, туризм, как инструмент развития территории, из дополнительного может со временем перейти в основной и наоборот), но разделение;
- туристской может стать любая территория, даже, на первый взгляд, не предназначенная для этого (это вопрос стратегического плана развития территории и приоритизации инструментов развития).

Задачи маркетинга туристских территорий

Маркетинг туристских территорий способен решать экономические, социальные, демографические и политические задачи территории и ее надтерриториального образования, если оно есть (например, страна для региона, регион для города и т.д.).

Решение таких задач всегда взаимосвязано, но по доминирующему аспекту это:

1. Экономические задачи:

- 1.1. увеличение налоговой базы объектов экономической деятельности территории (увеличение налогов, перечисляемых в бюджет территории);
- 1.2. увеличение количества объектов экономической деятельности территории;
- 1.3. увеличение налогов, перечисляемых в бюджет надтерриториального образования;
- 1.4. уменьшение оттока денежной массы за рубеж и/или за пределы территории и/или за пределы надтерриториального образования (например, за счет развития внутреннего туризма для замещения выездного);
- 1.5. увеличение притока денежной массы на территорию (в том числе из-за границ территории и надтерриториального образования);
- 1.6. увеличение доходов населения территории.

2. Социальные задачи:

- 2.1. повышение занятости населения территории (увеличение количества рабочих мест на территории);
- 2.2. расширение номенклатуры профессий (видов хозяйственной и экономической деятельности, доступных населению), востребованных на территории;
- 2.3. повышение уровня образования населения территории;

2.4. повышение общего уровня развития (в том числе намотренности) населения территории и/или надтерриториального образования;

2.5. увеличение уровня жизни населения территории (как за счет инвестирования повышенных доходов территории в социальную инфраструктуру и социально значимые проекты и объекты, так и за счет повышенного разнообразия объектов экономической деятельности территории).

3. Демографические задачи:

3.1. увеличение продолжительности жизни населения территории и надтерриториального образования;

3.2. уменьшение оттока населения с территории (удержание населения на территории);

3.3. увеличение притока населения на территорию (в т.ч. и репатриация);

3.4. увеличение рождаемости.

4. Политические задачи:

4.1. повышение уровня лояльности и доверия к органам власти территории и/или надтерриториального образования;

4.2. повышение индекса узнаваемости территории и/или надтерриториального образования;

4.3. повышение индекса популярности территории и/или надтерриториального образования;

4.4. повышение уровня патриотизма населения территории и/или надтерриториального образования.

Приведенный выше список не является полным, однако отображает самые востребованные задачи, стоящие перед маркетингом туристской территории. Постановка решения таких задач в качестве цели (целей) развития территории может стать основой для маркетинговой стратегии туристской территории или стратегии развития туризма на территории.

Следует отметить, что данные задачи могут быть решены и другими инструментами развития территории, критерии выбора которых оставим за скобками данной статьи.

Мы предполагаем, что данный инструмент (туризм) для территории подобран правильно и/или работает на достижение стратегических целей государства (или другого надтерриториального образования) и/или в качестве «мягкой силы».

Этапы-связки

В маркетинге территории (как, впрочем, и любого другого объекта маркетинга) можно выделить 4 ключевые этапа-связки:

1 Этап: Цель – Ресурсы.

2 Этап: Продукт – Целевая аудитория.

3 Этап: Продвижение – Продажи.

4 Этап: Гарантии – Лояльность.

Лучше всего проходить этапы последовательно: от первого к четвертому.

При движении от этапа к этапу может возникнуть потребность в пересмотре каких-либо тезисов предыдущих этапов и составляющих их элементов – это нормально.

Связками же они называются потому, что оба элемента каждого этапа взаимосвязаны и не могут быть рассмотрены друг без друга.

Еще одной особенностью каждого этапа является то, что элементы внутри связки могут разрабатываться в любой последовательности (например, как Продукт под Целевую аудиторию, так и Целевая аудитория под Продукт) – это вопрос стратегии и наличия определенных ресурсов.

Применительно к маркетингу туристских территорий этапы-связки можно рассмотреть так:

1) Цель – Ресурсы.

Цели маркетинга туристской территории можно установить, исходя из задач развития территории, которые он способен решить. Цель следует связать с ресурсами, необходимыми для ее достижения.

Как уже обозначалось, цели маркетинга можно установить, исходя из имеющихся ресурсов.

Или, наоборот, – можно поставить цель и затем определить необходимые ресурсы для ее достижения.

Необходимо помнить, что в любом случае в этой связке важен баланс.

Пока его нет – двигаться дальше не просто бесполезно, но и опасно.

Нельзя ставить цели, не имея нужных ресурсов и/или возможности их получить.

Итогом проработки первого этапа станет стратегический вектор и план развития туристской территории.

2) Продукт – Целевая аудитория (ЦА).

Здесь также можно идти двумя путями:

1) создавать продукт туристской территории под интересную ЦА,

2) имея такой продукт, подобрать/найти под него ЦА.

Эта связка интересна еще и тем, что именно на этом стыке (Продукт–ЦА) и появляется бренд туристской территории, как «клей», связывающий оба элемента этапа.

Брендинг скорректирует характеристики продукта туристской территории, портреты ЦА и окажет прямое влияние на последующие две связки (Котлер и др., 2017).

Важно: нельзя приступать к брендингу территории без понимания продукта и ЦА.

Здесь и далее.

Мы оперируем двумя понятиями:

А) продукт туристской территории,

Б) туристский продукт территории.

Чтобы избежать разногласия и несогласованности дефиниций, примем, что в обоих случаях мы говорим об одном и том же, но с небольшим нюансом.

Мы употребляем термин «продукт туристской территории», когда туризм – это основной инструмент развития территории, а «туристский продукт территории», когда – дополнительный.

3) Продвижение – Продажи.

Повторим принцип: можно планировать каналы коммуникации под нужные каналы продаж, а можно подбирать каналы продаж, исходя из каналов коммуникации.

Как бы удачно ни был разработан продукт и сделан брендинг, чрезвычайно важно разработать и сбалансировать план продвижения (коммуникационную стратегию) и план продаж (стратегию продаж).

4) Гарантии – Лояльность.

Первая ключевая связка отвечает за планирование.

Вторая – за продукт и повышение его ценности для целевой аудитории.

Третья – за привлечение внимания целевой аудитории и продажи.

Четвертая – за построение долгосрочных отношений со своей целевой аудиторией.

Удобнее запомнить, используя формулу 6П (не путать с 6Р маркетинга):

Первая связка – Планирование.

Вторая – Продукт и Повышение его ценности для целевой аудитории.

Третья – Привлечение внимания целевой аудитории и Продажи.

Четвертая – Построение долгосрочных отношений со своей целевой аудиторией.

Заявленные гарантии в спектре рассмотрения территории находят свое отражение и практикоприменение в виде законов (от Конституции до различных кодексов и подзаконных актов). В разрезе туристской территории гарантии могут быть воплощены в виде своего «закона» – Стандарта гостеприимства территории.

Виды целей

Как уже отмечалось, разработку маркетинговой стратегии необходимо начать с целеполагания.

В «классическом» маркетинге есть следующие цели возникновения и развития объекта маркетинга, представленные в трех измерениях:

1) Коммерческие

Это про деньги, прибыль, капитализацию, долю рынка, количество контрактов и тому подобное, то есть про что-то монетизируемое и необходимое для осуществления заявленного вида деятельности. Даже если речь о НКО (деятельность все равно чему-то посвящена, на что нужны деньги) или территории (количество жителей, ВВП (ВРП), экспорт, собранные налоги и так далее), все равно можно обозначить коммерческую цель.

Коммерческие цели позволяют объекту маркетинга существовать.

2) Личные

Личные цели – это цели, ради которых основатель (владелец, собственник, руководитель и т.п.) решил создать и развивать объект маркетинга. Это его личный драйвер, это то, ради чего основатель жертвует своим временем, силами и деньгами.

Не надо путать личные цели с коммерческими целями.

Проще говоря, если коммерческие цели – это про что-то материальное, то личные – для чего это материальное. Бывают случаи (например, при маркетинге персоны), когда личные и коммерческие цели совпадают, но это, как правило, редкость.

Личные цели позволяют объекту маркетинга развиваться.

3) Социальные

Социальные цели – это то, чем вы хотите запомниться человечеству, чем ему помочь, что улучшить и что облегчить.

Социальная цель становится или миссией, или основой для нее.

Наличие социальной цели привлекает к вам людей с близкими ценностями, у которых эта цель либо не сформулирована, либо ее нет.

Можно сказать так: если у вас нет социальной цели, то рано или поздно вы попадете под влияние того, у кого эта цель есть.

Социальная цель может совпадать с личной, но это тоже, как правило, редкость.

Социальные цели (точнее, их достижение) вписывают объект маркетинга в историю.

Перед тем, как адаптировать эти положения применительно к маркетингу туристской территории, введем следующие определения:

Метрика – это количественный или качественный показатель, отражающий необходимую характеристику, с заданной единицей измерения.

Целевой показатель – метрика, выбранная в качестве основной для достижения.

Целевое значение – минимально допустимое значение целевого показателя.

Таким образом, применительно к маркетингу туристской территории виды целей можно интерпретировать так:

1) Коммерческими целями туристской территории могут стать целевые показатели решения задач, описанных выше (без привязки к «роду» такой задачи: экономическая, социальная, демографическая или политическая).

Это всё – цели, достижение которых оправдывает образование туристской территории и позволяет такой территории существовать (как туристской), поэтому мы называем их все условно – коммерческие.

Так как среди этих целей встречается дублирование основных показателей эффективности ([Указ Президента...](#)) высших должностных лиц и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации (губернаторы, главы регионов), то можно сказать, что в этом случае коммерческие цели совпадают с личными ([Постановление Правительства..., 2022](#)).

Поэтому, хоть и условно, коммерческие и личные цели маркетинга туристской территории можно объединить в одну общую цель, достижение которой позволит туристской территории как существовать, так и развиваться.

2) Отметим, что социальная цель территории – это основа для ее миссии, а в маркетинге территорий миссия территории – это «национальная идея» ([Аветисян и др., 2023](#)).

Социальная цель туристской территории должна указывать, какую именно задачу социальной цели (или миссии) территории в целом (или ее надтерриториального образования) она решает.

Другими словами, у территории есть социальная цель (миссия, национальная идея).

При маркетинге этой территории как туристской необходимо сформулировать, как именно и чем туризм помогает в достижении глобальной социальной цели этой территории.

По приоритету цели можно поставить так (в порядке убывания):

- 1) социальная;
- 2) личная (если отличается от коммерческой);
- 3) коммерческая(-ие).

То есть цель с более низким приоритетом «вытекает» из более приоритетной цели.

Именно в таком порядке их и необходимо формулировать.

Целеполагание

В статье мы рассмотрели виды целей туристской территории и расставили их по приоритету (в порядке убывания):

- 4) социальная;
- 5) личная (если отличается от коммерческой);
- 6) коммерческая(-ие).

Мы обозначили, что социальная цель туристской территории логически «вытекает» из социальной цели этой территории (или ее надтерриториального образования) в целом и сводится ко «вкладу» социальной цели туристской территории в достижение социальной цели этой территории (или ее надтерриториального образования).

То есть, как и чем развитие туризма поможет достижению социальной цели территории (или ее надтерриториального образования).

Также мы условились, что:

А) в большинстве случаев личная цель руководителя и коммерческие цели туристской территории совпадают;

Б) самый главный пул целевой аудитории территории – это жители;

В) развитие территории сводится к достижению стратегических целей повышения уровня жизни населения территории и/или ее надтерриториального образования.

Логичность формулировки (Бочаров, Маркин, 2019) социальной цели туристской территории можно проверить, если провести эту цель через вопросы-фильтры:

1. Туризм может помочь в достижении (и/или повлиять на достижение) социальной цели территории (и/или ее надтерриториального образования)?

2. Не превышает ли вредное влияние (культурное, социальное, антропогенная нагрузка, амортизация инфраструктуры и т.д. и т.п.) от развития территории туризмом прогнозируемый результат от такого развития?

3. Превышает ли ожидаемый эффект от развития территории туризмом количество потраченных на достижение этого эффекта ресурсов?

4. Жители (население территории) готовы к развитию территории туризмом?

5. Уровень жизни населения территории повысится?

6. Чем именно туризм поможет достижению социальной цели территории (и/или ее надтерриториального образования)?

Вопросы названы фильтрами, так как предполагают наличие четкого ответа на каждый из них. Если хотя бы на один из таких вопросов ответ – «нет» («не знаю», «не уверен» и т.п.), то считается, что фильтр не пройден.

В нашем случае, надо переформулировать социальную цель туристской территории и начать прохождение «фильтра» заново.

Если ответ на первые пять вопросов – «да», то можно сказать, что инструмент (туризм) выбран правильно и социальная цель туристской территории является логичным продолжением социальной цели территории (и/или ее надтерриториального образования).

Ответ на шестой вопрос укажет область задач, которые будут стоять перед туризмом как инструментом развития территории, а значит – шот-лист возможных метрик, из которых можно будет выбрать коммерческие цели (целевые показатели).

Мы также рассмотрели список возможных задач, а значит, и возможных коммерческих целей маркетинга туристской территории.

Обозначим три принципа для целеполагания этого уровня.

Коммерческие (и если совпадают с личными, то и они) цели должны быть:

- 1) логическим продолжением социальной цели туристской территории;
- 2) поставлены в формате SMART;
- 3) сбалансированы.

Логичность формулировки коммерческой цели из социальной можно проверить ответами на два вопроса-фильтра:

1. Достижение коммерческой цели туристской территории помогает достижению (и/или влияет на достижение) социальной цели туристской территории?

2. Я (реализатор) влияю на достижение этой цели?

Если ответ «да» на оба вопроса, значит, принцип логичности не нарушен и такую цель можно принимать в качестве коммерческой цели развития туристской территории.

Если на первый вопрос ответ «да», а на второй вопрос – «нет», то можно задать дополнительные вопросы:

Что я (реализатор) могу (должен) сделать, чтобы получить влияние на цель?

Если ответ «не знаю», «ничего», «от меня не зависит» и т.п., необходимо пересмотреть коммерческую цель.

Если ответ предполагает некий план действий с результатом «теперь я влияю на достижение этой цели», то сначала необходимо реализовать этот план и только после этого принимать сформулированную цель в качестве коммерческой цели развития туристской территории.

Формат SMART позволит не только правильно сформулировать цель, но и превратить эту цель в метрику, а значит, и в целевой показатель (Жакупов, 2021).

SMART (аббревиатура) – это способ постановки цели, определяющий формат целеполагания. Существует несколько вариантов расшифровки, самый популярный это:

S (specific) – конкретная; цель должна быть сформулирована конкретно и понятно.

Например, мы можем выбрать в качестве коммерческой цели развития территории туризмом решение задачи «повышение занятости населения территории» (или «увеличение количества рабочих мест на территории», или «понижение уровня безработицы на территории», что, по сути, то же самое).

В этом пункте важно определиться с дефинициями (например, что такое «занятость населения», «рабочее место» или «безработица»), а также определить зону ответственности (например, нас интересуют только рабочие места в субъектах МСП, зарегистрированных на территории).

M (measurable) – измеримая; как понять, что цель достигнута.

Этот пункт превращает нашу цель в метрику и целевой показатель.

Для этого необходимо:

1) определить единицу измерения (например, занятость и безработицу мы измеряем в процентах, а количество рабочих мест – в штуках);

2) определить источник получения данных, исполнителя (актора-контролера), методологию и инструмент подсчета этих единиц измерения;

3) определить точку А – какое значение по состоянию на «сейчас».

Для нашего примера на этом этапе может выглядеть так:

Для субъектов МСП, зарегистрированных на территории, измеряем количество рабочих мест в штуках, источник данных – ФНС (он же актор-контролер, который владеет методологией и инструментами подсчета), на сегодняшний день на территории 124 500 рабочих мест.

A (achievable, attainable) – достижимая; определяем целевое значение.

Этот пункт предполагает не только анализ похожих кейсов и имеющихся (или необходимых) ресурсов (мы подробно разберем тему ресурсов в следующей главе), но и отвечает за мотивацию актора-реализатора (цель должна быть как достаточно амбициозна, так и достаточно реалистична к достижению).

В нашем примере на этом этапе целеполагания цель уже будет выглядеть так: увеличение количества рабочих мест в субъектах МСП, зарегистрированных на территории, на 10 000 шт. по данным ФНС.

R (relevant) – соответствующая, релевантная; цель должна быть согласована со смежными (влияющими и подверженными влиянию) службами, отраслями, ведомствами и т.д.

При работе над этим пунктом целеполагания предполагается не только согласование цели с глобальными целями территории (мы это уже частично сделали на этапе постановки цели с помощью вопросов-фильтров), но и координация с работающими на территории службами, субъектами предпринимательства и т.д. (например, готова ли дорожная сеть, транспорт, ЖКХ и другие службы и отрасли территории к прибавлению такого количества рабочих мест и наплыву прогнозного количества туристов).

Если такая координация невозможна, то цель необходимо пересмотреть или добиться соответствия планов развития территории туризмом с другими важными и нужными для этого отраслями территории.

Например, дорожная сеть территории работает на 3/4 пропускной способности, планов ее развивать нет и не предвидится по разным причинам. В таком случае надо либо добиться соответствия дорожной сети территории новому количеству и качеству транспортных средств, пассажиров и грузов, либо пересмотреть саму цель, либо понизить целевое значение до его соответствия пропускной способности дорожной сети территории.

T (time-bound) – ограниченная во времени; необходимо определить временные рамки достижения цели.

В нашем примере цель будет поставлена так:

Увеличение количества рабочих мест в субъектах МСП, зарегистрированных на территории, на 10 000 шт. к 01.01.2026 года по данным ФНС.

Со всеми службами, ведомствами, субъектами предпринимательства (и т.п.) цель согласована, соответствие достигнуто.

Цели также могут быть количественными и качественными, то есть различаться по характеру описания объекта(-ов)/субъекта (-ов), упомянутых при целеполагании.

Сбалансированности цели (Каплан, Нортон, 2017) можно добиться постановкой к этой цели дополнительной цели, противоположной по характеру:

- количественную цель дополняет качественная;
- качественную цель дополняет количественная.

В нашем примере увеличение количества рабочих мест – количественная цель, а значит, ее необходимо дополнить качественной.

Объектами/субъектами целеполагания в примере являются:

- рабочие места;
- люди, которые должны занять новые рабочие места;
- МСП.

Значит, нам надо сбалансировать поставленную цель (увеличение количества рабочих мест) такой целью, которая бы показывала качество объекта/субъекта целеполагания.

Например, это может быть:

- минимальный или средний уровень оплаты труда на новом рабочем месте;
- минимальная или средняя продолжительность трудовой деятельности на новом рабочем месте;

- ограничения по классам ОКВЭД субъектов МСП, предоставляющих такие рабочие места (например, не считаем увеличение рабочих мест в субъектах МСП, имеющих ОКВЭД классов 05 и 06);

- особый статус для занимающих новые рабочие места (например, для социально незащищенных групп населения, для людей с ОВЗ и т.д.);

- уровень образования и/или квалификации занимающих новые рабочие места.

Это неполный список возможных целей балансировки одной цели другой.

Главное – соблюсти принцип (количественная – качественная) для достижения такого баланса.

Вне зависимости от того, количественная это цель или качественная, обе цели должны быть сформулированы в одном формате.

5. Заключение

Развивая туризм, необходимо помнить, что самый приоритетный пул целевой аудитории территории – это жители. И если до сегодняшнего дня этот тезис был незаметен и звучал лишь в среде профессионалов, то официальное заявление Главы Республики Алтай от 20.01.2013 ([Республика Алтай](#)) уже прямо на это указывает.

Из данного тезиса следует, что:

- не житель для туриста, а турист для жителя;
- не развитие туризма на территории, а развитие территории туризмом.

Применение маркетингового подхода способно ответить на новый вызов индустрии гостеприимства, и начать необходимо с целеполагания, учитывающего этот фактор.

Понимание видов и иерархии целей, умение их формулировать, балансировать, снабжать метриками, инструментами и методологией оценки результата – основа для успешности будущей стратегии.

Неправильно поставленная цель снижает ценность и практикоприменимость дальнейшей работы по разработке и реализации маркетинговых усилий, а значит, ведет к необоснованной трате ресурсов.

Литература

[Аветисян и др., 2023](#) – Аветисян В.А., Манн И., Черемных И. Правильный брендинг. Пошаговое практическое руководство по созданию и продвижению крутых брендов. М.: Сила Ума Паблишер, 2023. 288 с.

[Бочаров, Маркин, 2019](#) – Бочаров В.А., Маркин В.И. Основы логики. Учебник, Инфра-М, 2019. 332 с.

[Жакупов, 2021](#) – Жакупов А. SMART 2.0. Как ставить цели, которые работают. Создано в интеллектуальной издательской системе Ridero, 2021. 130 с.

[Каплан, Нортон, 2017](#) – Каплан Р., Нортон Д.П. Сбалансированная система показателей. М.: Олимп-Бизнес, 2017. 320 с.

[Котлер и др., 2008](#) – Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2008. 384 с.

[Котлер и др., 2017](#) – Котлер Ф., Боуэн Дж., Мейкенз Дж. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм: Учебник для студентов вузов. Пер. с англ. 4-е изд., перераб. и доп. Серия «Зарубежный учебник». М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. 1071 с.

[Об основах туристской деятельности...](#) – Об основах туристской деятельности: Федеральный закон «132-ФЗ от 4 октября 1996 года (в ред. Федеральных законов от 10.01.2003 N 15-ФЗ, от 22.08.2004 N 122-ФЗ, от 05.02.2007 N 12-ФЗ, от 30.12.2008 N 309-ФЗ, от 28.06.2009 N 123-ФЗ, от 27.12.2009 N 365-ФЗ, от 30.07.2010 N 242-ФЗ, от 01.07.2011 N 169-ФЗ).

[Постановление Правительства..., 2022](#) – Постановление Правительства РФ от 4 июня 2022 года №1024 (методика расчёта ключевых показателей эффективности губернаторов)

[Республика Алтай](#) – Республика Алтай. Официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://altai-republic.ru>

[Указ Президента...](#) – Указ Президента РФ об оценке эффективности деятельности высших должностных лиц и органов исполнительной власти субъектов Российской Федерации от 4 февраля 2021 года.

[United Nations, 2017](#) – United Nations. Resolution adopted by the General Assembly on 06.07.2017. Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development.

References

[Altai Republic](#) – Respublika Altai. Ofitsial'nyi sait [Altai Republic. Official site]. [Electronic resource]. URL: <https://altai-republic.ru> [in Russian]

[Avetisyan i dr., 2023](#) – Avetisyan, V.A., Mann, I., Cheremnykh, I. (2023). Pravil'nyi brending. Poshagovoe prakticheskoe rukovodstvo po sozdaniyu i prodvizheniyu krutykh brendov [Proper branding. A step-by-step practical guide to building and promoting great brands]. М.: Sila Uma Publisher, 288 p. [in Russian]

[Bocharov, Markin, 2019](#) – Bocharov, V.A., Markin, V.I. (2019). Osnovy logiki. Uchebnik [Basics of logic. Textbook]. Infra-M, 332 p. [in Russian]

[Kaplan, Norton, 2017](#) – Kaplan, R., Norton, D.P. (2017). Sbalansirovannaya sistema pokazatelei [A balanced scorecard]. М.: Olimp-Biznes, 320 p. [in Russian]

[Kotler i dr., 2008](#) – Kotler, F., Asplund, K., Rein, I., Khaider, D. (2008). Marketing mest [Place Marketing]. М.: Mann, Ivanov i Ferber, 384 p. [in Russian]

[Kotler i dr., 2017](#) – Kotler, F., Bouen, Dzh., Meikenz, Dzh. (2017). Marketing. Gostepriimstvo. Turizm: Uchebnik dlya studentov vuzov [Tourism: Textbook for university students]. Per. s angl. 4-e izd., pererab. i dop. Seriya «Zarubezhnyi uchebnik». М.: YuNITI-DANA, 2017. 1071 s. [in Russian]

[Ob osnovakh turistskoï deyatel'nosti...](#) – Ob osnovakh turistskoï deyatel'nosti: Federal'nyi zakon «132-FZ ot 4 oktyabrya 1996 goda (v red. Federal'nykh zakonov ot 10.01.2003 N 15-FZ, ot 22.08.2004 N 122-FZ, ot 05.02.2007 N 12-FZ, ot 30.12.2008 N 309-FZ, ot 28.06.2009 N 123-FZ, ot 27.12.2009 N 365-FZ, ot 30.07.2010 N 242-FZ, ot 01.07.2011 N 169-FZ) [On the basics of tourism activities: Federal Law "132-FZ of October 4, 1996 (as amended by Federal Laws of 10.01.2003 N 15-FZ, of 08.22.2004 N 122-FZ, of 05.02.2007 N 12-FZ, dated 12/30/2008 N 309-FZ, dated 06/28/2009 N 123-FZ, dated 12/27/2009 N 365-FZ, dated 07/30/2010 N 242-FZ, dated 07/01/2011 N 169-FZ)]. [in Russian]

[Postanovlenie Pravitel'stva..., 2022](#) – Postanovlenie Pravitel'stva RF ot 4 iyunya 2022 goda №1024 (metodika rascheta klyuchevykh pokazatelei effektivnosti gubernatorov) [Decree of the Government of the Russian Federation of June 4, 2022 No. 1024 (methodology for calculating key performance indicators of governors)]. [in Russian]

[Ukaz Prezidenta...](#) – Ukaz Prezidenta RF ob otsenke effektivnosti deyatel'nosti vysshikh dolzhnostnykh lits i organov ispolnitel'noi vlasti sub'ektov Rossiiskoi Federatsii ot 4 fevralya 2021 goda [Decree of the President of the Russian Federation on assessing the effectiveness of the activities of senior officials and executive authorities of the constituent entities of the Russian Federation dated February 4, 2021]. [in Russian]

United Nations, 2017 – United Nations. Resolution adopted by the General Assembly on 06.07.2017. Work of the Statistical Commission pertaining to the 2030 Agenda for Sustainable Development.

Zhakupov, 2021 – Zhakupov, A. (2021). SMART 2.0. Kak stavit' tseli, kotorye rabotayut [SMART 2.0. How to set goals that work]. Sozdano v intellektual'noi izdatel'skoi sisteme Ridero, 130 p. [in Russian]

УДК 339.138

Маркетинг как инструмент повышения устойчивости развития туристских территорий

Вазген Акопович Аветисян^{а, *}

^а I2V branding & marketing strategy, Российская Федерация

Аннотация. В статье на примере прохождения этапа целеполагания рассмотрена тема использования маркетинговых подходов к развитию территории, актуальная и популярная у специалистов как государственных учреждений, так и частных компаний, планирующих и реализующих стратегические и тактические документы и мероприятия, связанные с развитием туристских территорий.

Начиная с вывода и формулировки дефиниций, целеполагание раскрывается, начиная с определения специфики и задач маркетинга территорий и рассмотрения ключевых этапов-связок разработки стратегии развития, до классификации цели по видам и превращения ее в целевой показатель. При этом автор раскрывает методологию и инструменты этого процесса.

Данный подход предусматривает рассмотрение туризма не как объекта развития, а как инструмента развития территории. Другим важным тезисом является принцип «турист для жителя, а не житель для туриста», выделяя в приоритет пул Жители среди других пулов целевой аудитории территории. Также сформулирован спектр задач территории, которые способен решить маркетинг этой территории.

Безусловно, маркетинг туристских территорий не состоит только из целеполагания, но понимание видов и иерархии целей, умение их формулировать, балансировать, снабжать метриками, инструментами и методологией оценки результата – основа для успешности будущей стратегии развития. Неправильно поставленная цель снижает ценность и практикоприменимость дальнейшей работы по разработке и реализации маркетинговых усилий, а значит, ведет к необоснованной трате ресурсов.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинг территорий, туризм, развитие территорий.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: Vazgen@i2vbranding.ru (В.А. Аветисян)

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 20-31

www.vestnik.sutr.ru



UDC 336.23

On the Issue of the Investment Attractiveness of the Territory in the New Reality

Tatyana E. Gvarliani ^{a,*}, Anastasia A. Cherkasova ^a

^a Sochi State University, Russian Federation

Abstract

Investment attractiveness is currently a key phase in the development of territories. Krasnodar Krai has the necessary conditions for its implementation, namely: a favorable economic and geographical location and on this basis a developed transport hub, high entrepreneurial activity and consumer potential. Nevertheless, not all the potential of investment attractiveness is fully utilized, which is reflected in low innovation activity, disproportions of investment activity in the context of territories, energy shortages, etc.. In order to resolve the issues raised, an agreement was signed between the administration of the Krasnodar Territory and the Russian Science Foundation on cooperation in the field of support for fundamental scientific research and scientific research promoting investment attractiveness, and thereby contributing to the sustainable development of the region. Special hopes are pinned on traditionally already realizing itself as a priority tourist activity. New trends have already emerged that will contribute to economic sustainable development.

The article focuses on the new reality of the development of the Krasnodar Territory in the context of the tendency to limit budget resources in connection with the opening and functioning of a completely new and grandiose federal territory "Sirius" for Russia on the scale of the city of Sochi. Thus, the scientific and innovative city-campus has received financial independence and the taxes generated on this territory will go to the development of these territories themselves, this will contribute to the formation of significant financial resources and the creation of conditions for breakthrough economic development.

Keywords: investment attractiveness, tourism industry, regional policy.

1. Введение

Новая реальность для сферы туризма – это не только санитарно-эпидемиологические ограничения, кризис, вызванный COVID-19, но и переход к экономике впечатлений, цифровая трансформация, императивы экономики знаний. Новая реальность переформирует сферу туризма и рекреации в соответствии с сигналами рынка туристских услуг, изменениями туристского потока, со сменой парадигмы организации индустрии туризма и гостеприимства.

В наши дни одновременно с глубоким кризисом международного туризма наблюдается активное развитие внутреннего туризма в России, расширение направлений отдыха внутри России, рост турпотоков не только в традиционные туристские дестинации, но и в другие регионы России. Участники рынка туризма и гостеприимства в российских дестинациях меняют подходы к развитию бизнеса, адаптируются к условиям новой реальности, строят бизнес-модели, позволяющие успешно функционировать в условиях

* Corresponding author

E-mail addresses: antana-tata@mail.ru (T.E. Gvarliani), cherkasova.job@mail.ru (A.A. Cherkasova)

новых санкций со стороны Запада и развивать бизнес на перспективу. Большую роль в этих процессах играет цифровизация, касающаяся не только туристского и гостиничного рынка, но и смежных секторов экономики в целом для трансформации потребительского поведения под влиянием целого ряда факторов, характеризующих новую реальность производства, потребления и общественной жизни России, и в частности Краснодарского края.

В 2021 году был принят Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства», который эксперты считают важным драйвером развития туристской индустрии внутреннего и въездного туризма на период до 2030 года. Так, Краснодарский край становится не только курортной территорией, но и точкой притяжения образовательного туризма со своим образовательным центром, привлекательным для получения уникального образования, а как следствие, – интересной площадкой для инвесторов.

Сегодня в интернете можно встретить разные домыслы и фейки о различных неблагоприятных как природных, так и социально-экономических ситуациях, которые могут отразиться на особо впечатлительных путешественниках. Например, планируя отдых на море в 2023 году, многие используют прогнозы, чтобы узнать, каким будет летний сезон в Сочи? По прогнозам специалистов туристической индустрии, путевки на отечественный юг будут распроданы полностью из-за сокращения полетов за рубеж, а туристский сезон начнется даже на месяц раньше. Этим летом может увеличиться стоимость проживания в санаториях и гостиницах и возможен дефицит мест, поэтому предусмотрительные отпускники заблаговременно покупают туры и бронируют отели. Значительная часть отдыхающих предпочитает частный сектор. Аренда практически всегда экономичней, чем гостиничные номера. Предприниматели вовсю оснащают прогулочные маршруты и готовят новые экономические точки в соответствии с генпланом Сочи ([Агентство...](#)).

Таким образом, мы понимаем, что с годами инвестиционная активность и ресурсы туристского направления прибрежной зоны Краснодарского края не теряют своей привлекательности, а наращивают темпы. О том, какие зоны нуждаются в финансировании и как выглядит портрет потенциального инвестора Краснодарского края, мы обсудим в этой статье.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что на основе вскрытых проблем и тенденций инвестиционной привлекательности территории раскрыт механизм адаптации туристской сферы к условиям новой реальности и доказано, что инвестиции в туристскую сферу на сегодняшний день являются перспективным направлением для вложения собственного капитала.

2. Материалы и методы

Методологической основой проведенного исследования послужили научные работы российских авторов, посвященные вопросам инвестиционной привлекательности регионов. В работе широко используется нормативно-правовая база Министерства экономики Краснодарского края, и в частности департамента инвестиций и развития малого и среднего предпринимательства Краснодарского края.

В процессе исследования использовались теоретические, общенаучные, эмпирические и специальные методы исследования, а именно: анализ и синтез, абстракции, метод логического обобщения, экономико-статистический, сравнений и аналогий, экспертный.

3. Результаты и обсуждение

В наши дни в условиях внешнего санкционного давления, повышения инфляции, замедления экономических процессов в ряде отраслей и сфер экономики, при импортозамещении в новых неосвоенных технологиях перед индустрией туризма стоит задача поиска новых направлений и возможностей вложения средств в виде инвестиций в производство туристских услуг, а также подчеркивается необходимость совершенствования системы оценки эффективности инвестиционных вложений.

По данным аналитического центра Московской биржи, по итогам сентября 2022 года число физических лиц, имеющих брокерские счета, составило 21,7 млн (+456 тыс. человек по сравнению с прошлым месяцем), ими открыто 36,3 млн счетов. Лишь в сентябре 2022 года сделки на фондовом рынке совершали 2,3 млн человек, а доля частных инвесторов в объеме торгов акциями составила 76,7 %, в объеме торгов облигациями – 27,6 %, на спот-рынке валюты – 28,6 %, на срочном рынке – 71,2 %. Таким образом, всего за сентябрь 2022 года частные инвесторы вложили в российские акции 16,3 млрд рублей.

Количество индивидуальных инвестиционных счетов (ИИС) в сентябре составило 5,7 млн (+42,5 тыс. за сентябрь). Оборот по ИИС с начала 2022 года составил 1,4 трлн рублей, в структуре оборота 88,8 % – сделки с акциями, 4 % – с облигациями, 7,2 % – с биржевыми фондами. Среди регионов – лидеров по количеству открытых ИИС – твердо держит первое место Москва (626 тыс.), затем идут Московская область (350,1 тыс.) и Санкт-Петербург (272,8 тыс.). Из регионов в топ-3 вошли Свердловская область (185,1 тыс. счетов), Республика Башкортостан (177,2 тыс. счетов) и Краснодарский край (170,1 тыс. счетов) ([Московская биржа](#)).

Так как СПБ Биржа взаимодействует с европейскими учетными институтами, в связи с новыми санкциями со стороны Запада, с целью защиты клиентских активов от потенциальных рисков участие россиян в торгах было приостановлено со 2 марта 2023 года, ценные бумаги будут постепенно заблокированы, как это было в мае 2022 года.

Таким образом, статистический метод оценки инвестиционных потоков подчеркивает факт наличия ликвидных активов у российских граждан, которые авторы рекомендуют организовать таким образом, чтобы можно было сохранить и направить на развитие конкретных и нуждающихся сфер экономики России. А ввиду удовлетворения ожиданий инвесторов в краткосрочной перспективе авторами предлагается самый быстро окупающийся кластер экономики – туризм, в частности Краснодарский край.

Департаментом инвестиций и развития малого и среднего предпринимательства Краснодарского края Министерства экономики Краснодарского края при поддержке УНО «Фонд развития инноваций Краснодарского края» и Проектного офиса «Умная Кубань – лидеры будущего» разработана концепция экосистемы управления инновационной деятельностью, в рамках которой были созданы механизмы координации и взаимодействия организаций сферы высшего образования и науки с предприятиями и инновационными компаниями:

- Создан Управляющий совет научно-образовательного центра мирового уровня Краснодарского края.

- Проведены заседания президиума Управляющего совета научно-образовательного центра мирового уровня Краснодарского края, которые планируется проводить на ежегодной основе.

- Проведены мероприятия по популяризации научно-технологической и инновационной деятельности, в том числе:

- разработан и утвержден план мероприятий;

- проведена презентация изобретений и инноваций кубанских ученых на международной выставочной площадке.

- Проведен конкурс по поддержке междисциплинарных проектов на проведение фундаментальных научных исследований и поисковых научных исследований.

Создан и функционирует межрегиональный Научно-образовательный центр Юга России (НОЦ Юга России), создана Управляющая компания НОЦ Юга России и реализовано 5 проектов портфеля НОЦ Юга России:

- созданы технологии и рецептуры функциональных, специализированных и персонализированных продуктов питания на основе применения пищевых композитов, концентратов и ингредиентов;

- создана информационно-пространственная система контроля эмиссии парниковых газов с применением технологий искусственного интеллекта;

- разработана «зеленая» интеллектуальная технология увеличения пищевой ценности биоматериалов с применением низкотемпературной плазменной обработки;

- создан массив биорациональных средств защиты растений для технологий органического, экологизированного и ресурсосберегающего земледелия;

- создана Гибридная мембранная технология безреагентной переработки промышленных кислотосодержащих стоков.

Создан и функционирует Научно-образовательный центр «НОЦ 2.0» Краснодарского края (консорциум), утверждены программа консорциума и приоритетные направления развития науки, техники и технологий в Краснодарском крае, «дорожная карта» реализации программы консорциума ([Паспорт региональной...](#)).

В перспективе следующего года планируется развитие научно-исследовательской инновационной инфраструктуры, обеспечивающей глобальную конкурентоспособность технологических компаний.

Концепция развития Краснодарского края – это первый документ стратегического планирования в новой российской истории, ранее не существовало такого документа, регламентирующего на столь длительную перспективу развития – 10 лет. Характерно, что при построении концепции развития рассматривали Краснодарский край не отдельно по городам, а как единый организм, в нашей стране нет аналогов с точки зрения экономического развития, структуры пространственного развития, демографической ситуации и скорости протекания процессов и логики развития механизма развития в целом. Особенностью является тот факт, что Краснодарский край – один из 22 успешно растущих регионов, а всего их – 75, остальные – депрессивные, со сниженными показателями роста населения, а это наиболее яркий признак и показатель развития региона, что дополнительно подчеркивает актуальность статьи.

В связи с этим неизбежно возникает потребность в цифровом развитии, должна быть уместна трансформация, необходимая для развития. На сегодняшний день основной портрет мигранта/туриста – 35 лет, это люди высокой квалификации, с высоким предпринимательским потенциалом, со стимулом создания себя и окружающей среды. Так, благодаря цифровой трансформации возможна их адаптация в этом регионе. Риском и угрозой в данном случае для развития края является отказ от стратегии трансформации, дорожные пробки, городской бюджет должен быть в три раза больше на душу населения. В связи с этим администрацией Краснодарского края готовятся флагманские проекты, а авторы предлагают варианты инвестирования согласно актуальному генеральному плану застройки, представленному в администрациях каждого города.

К одним из таких проектов относится развитие экспортно-логистического хаба, Краснодарского международного аэропорта и перенос ж/д путей в Сочи – это те самые проекты, которые не могут быть неуспешными по ряду причин. Цифровизация и развитие цифровой городской среды – именно те направления, куда необходимо инвестировать, ведь они не могут быть непрогрессивными, так как этот проект способен притянуть IT-сектор (самый производительный), а к нему в свою очередь подтягивается и туристский сектор, в синергии всех бизнесов в перспективе до 2035 года. Так, в данный момент транспортным центром туризма Краснодарского края выступает город Сочи, так как Адлерский международный аэропорт принял на себя нагрузку соседних аэропортов, которых коснулись ограничения в связи с операцией на территории Украины, а, по данным РБК Кубань, это порядка 15-16 млн транзитных туристов.

Для развития необходимо изыскать ресурсы и консолидированный бюджет в размере 100 млрд руб. Сумма достаточно внушительная, требующая монетизации и разработки «правил игры», регламентированной на законодательном уровне. Варианты привлечения этой суммы будут представлены во второй части данной статьи.

Стратегия транспортного развития определяет флагманские продукты. Важно, что речь идет не только о продуктах, описанных на бумаге, так как имеется обязывающая нормативная база на уровне национального развития, на уровне края, на уровне городской администрации. Иными словами, сегодня это не протокол намерений: не использовать представленную стратегию невозможно в связи со штрафами и ответственностью на законодательном уровне.

В целом по региону – все проблемы Краснодарского края из-за нищеты. Проекты и стратегия развития программирует развитие, концентрирует внимание инвесторов на том, что именно нужно развивать, на что направить энергию для реализации, программа также указывает, какие действия совершать не нужно, предусматривает перечень ограничений. Сигналом для инвесторов и предпринимателей выступит перечень направлений развития. Куда двигаться или куда не стоит – выбор за предпринимателем, благодаря писанным во флагманских проектах операционным методам, вариантам привлечения инвесторов, формирования соглашений и размещения инвестиционных площадок.

Экономическими показателями развития края выступают следующие приоритетные ориентиры:

- уровень дохода населения;
- уровень социального благосостояния населения/ образования/ здравоохранения;

Важно осознавать, насколько этот показатель по городу и краю опережает уровень развития России по отдельным крупным городам и в целом по стране. Это именно те показатели, которые может ощутить на себе каждый человек, не обращаясь к статистике. Что касается фундаментальных показателей стратегии развития, в приоритете мы не

должны упускать из вида рост городского валового продукта, опережающий средний темп по России. Если этот показатель будет достигнут, то бюджет города увеличится автоматически и не из-за налоговой системы, которая убежденно в ближайшее время никак не будет корректироваться и меняться, а из-за увеличения рабочих мест.

Качественные показатели работы и оценку функционирования Концепции развития Краснодарского края можно получить на основе показателей качества жизни, состоящих из 70 показателей, сформированных в 11 групп. Они включают в себя и экономическое развитие, и инвестиционный рейтинг, и экологическую ситуацию, и демографическую, уровень развития социальной сферы и городской среды, безопасность и т.д. Практически все чувствительные области жизни простого человека, которые и определяют качество его жизни в том или ином регионе. Качество жизни – это не только показатель комфорта проживающего, это еще и то, насколько себя ощущает работодатель, тот самый инвестор, инвестиционный климат для которого является наиболее критичным и чувствительным показателем. Так, по итогам прошлого 2022 года неформальной статистикой хорошо развитого города выступил показатель активности открытия новых точек продаж магазина Wildberries. Согласно исследованию Wildberries, в 1 полугодии 2022 года представители регионального бизнеса (за пределами Москвы и Санкт-Петербурга) нарастили свои продажи на онлайн-площадке на 166 % год к году до 295 млрд руб. В 2022 г. заметный рывок по объему продаж совершили предприниматели данной площадки в связи с открытием региональных пунктов приемки поставок от представителей бизнеса этих регионов, что позволило им нарастить собственные обороты благодаря сокращению затрат на транспортировку товаров и расширению ассортимента на маркетплейсе. Рост позиций предпринимателей из Краснодарского края связан с активным выходом в e-commerce: за год число онлайн-платформ выросло в 3 раза до 22,5 тыс. ([Пресс-центр Wildberries...](#)).

Новая реальность развития Краснодарского края заключается в ограниченном бюджете в связи с открытием и функционированием совершенно новой для России и грандиозной в масштабах города Сочи федеральной территории «Сириус». Так, научно-инновационный город-кампус со своим спортивным парком, научно-технологическим университетом, технологическим центром, IT-колледжем, лицеем, высшей школой музыки и концертным залом мирового уровня, место концентрации спортивных, культурных и инновационных проектов финансируется за счет Фонда «Талант и успех» по поручению Президента Российской Федерации, председателя Попечительского совета Фонда Владимира Владимировича Путина с 1 июля 2019 года. По данным издания «Проект» («Агентство»), несмотря на обещания президента перевести фонд на частное финансирование, «Талант и успех» финансируется в основном прямыми дотациями от государства (за все время перечислено как минимум 27,2 млрд рублей) и контролируемых государством компаний (23,6 млрд), что влечет за собой отток финансов из бюджета края. Если налоги будут идти на развитие самих этих территорий, то там будут формироваться большие финансовые ресурсы и создаваться условия для прорывного экономического развития ([Владимир Приходько...](#)).

За все время работы образовательного проекта на счета в банке «Россия», где хранятся все средства фонда, поступило 92 млрд рублей, или \$1,22 млрд. Согласно отчетности «Сириуса», на образование детей потрачено 6,2 млрд руб. (11,5 % использованных средств), на строительство новой недвижимости и поддержание переданной олимпийской недвижимости – 47,5 млрд руб., что составляет 88,5 %.

В связи с этим флагманским проектом, регулируемым правительством Российской Федерации, который выступает в свою очередь в качестве гаранта, возросла стоимость на недвижимость на территории федеральной территории и близлежащих районов города Сочи. Рассмотрим эффективность финансовых вложений на примере апартаментов в апартаменте «Фрегат» в [Таблицах 1-3](#) и на [Рисунках 1, 2](#) ([Апарт-отель...](#)).

Из данных табличной части видно, что при вложении в апартаменты площадью 20 кв метров за 17 млн руб. проект окупится за 7 лет и ежегодно в среднем будет приносить порядка 2 млн руб. К тому же динамика роста цен на недвижимость в данном регионе ежегодно индексируется, в некоторых комплексах города Сочи за 2022 год маржинальность достигала отметки более 100 %.

Таблица 1. Расчет окупаемости апартаментов «Фрегата», Сочи 2023

Наименование	1-комнатный низкий этаж	1-комнатный средний этаж	1-комнатный высокий этаж	Стандарт 3 места	Люкс 4 места
Инвестиция в апартамент (тыс. руб.)	16 900	19 500	21 300	21 300	50 000
Чистая прибыль в год (тыс. руб.)	2 143,1	2 735,9	3 067,8	3 354,1	5 240,7
Срок окупаемости, лет	7,9	7,1	6,9	6,4	9,5

Таблица 2. Прогноз прибыльности собственника в течение 7 лет от гостиничной деятельности (до налогообложения) при заполненности гостиницы на 65% (руб.)

Доход от аренды собственника	1 комнатный низкий этаж	1 комнатный средний этаж	1 комнатный высокий этаж	Стандарт 3 места	Люкс 4 места
1 год	1 806 065	2 135 962	2 467 762	2 799 562	4 474 323
2 год	2 006 065	3 006 065	4 006 065	5 006 065	4 724 323
3 год	2 026 065	3 026 065	4 026 065	5 026 065	4 974 323
4 год	2 126 065	3 126 065	4 126 065	5 126 065	5 223 039
5 год	2 232 368	3 232 368	4 232 368	5 232 368	5 484 191
6 год	2 343 987	3 343 987	4 343 987	5 343 987	5 758 401
7 год	2 461 186	3 461 186	4 461 186	5 461 186	6 046 321
Прибыль за 7 лет	15 001 801	16 001 801	17 001 801	18 001 801	36 684 921
Средняя доходность за 7 лет	2 143 114	3 143 114	4 143 114	5 143 114	5 240 703

Таблица 3. Годовая динамика роста цен на апартаменты в течение первых 3-х лет гостиничной деятельности ежемесячно с учетом сезонности и заполненности гостиницы на 65 % (руб.)

Доход от аренды собственника	1-комнатный низкий этаж	1-комнатный средний этаж	1-комнатный высокий этаж	Стандарт 3 места	Люкс 4 места
январь	10 000	12 000	14 000	16 000	25 000
февраль	8 000	10 000	12 000	14 000	22 000
март	7 000	9 000	11 000	13 000	20 000
апрель	7 000	9 000	11 000	13 000	20 000
май	10 000	12 000	14 000	16 000	27 000
июнь	15 000	17 000	19 000	21 000	33 000
июль	15 500	17 500	19 500	21 500	35 000
август	17 000	19 000	21 000	23 000	38 000
сентябрь	17 000	19 000	21 000	23 000	38 000

Доход от аренды собственника	1-комнатный низкий этаж	1-комнатный средний этаж	1-комнатный высокий этаж	Стандарт 3 места	Люкс 4 места
октябрь	7 000	9 000	11 000	13 000	20 000
ноябрь	7 000	9 000	11 000	13 000	20 000
декабрь	10 000	12 000	14 000	16 000	25 000
средняя	10 875	12 875	14 875	16 874	26 917

Большой интерес в этом плане представляет и обустройство инфраструктуры вокруг новых апарт-отелей, включая необходимость вложений в «микропроекты» в виде пунктов питания, проката спортивного инвентаря и т.д. (Туризм...).

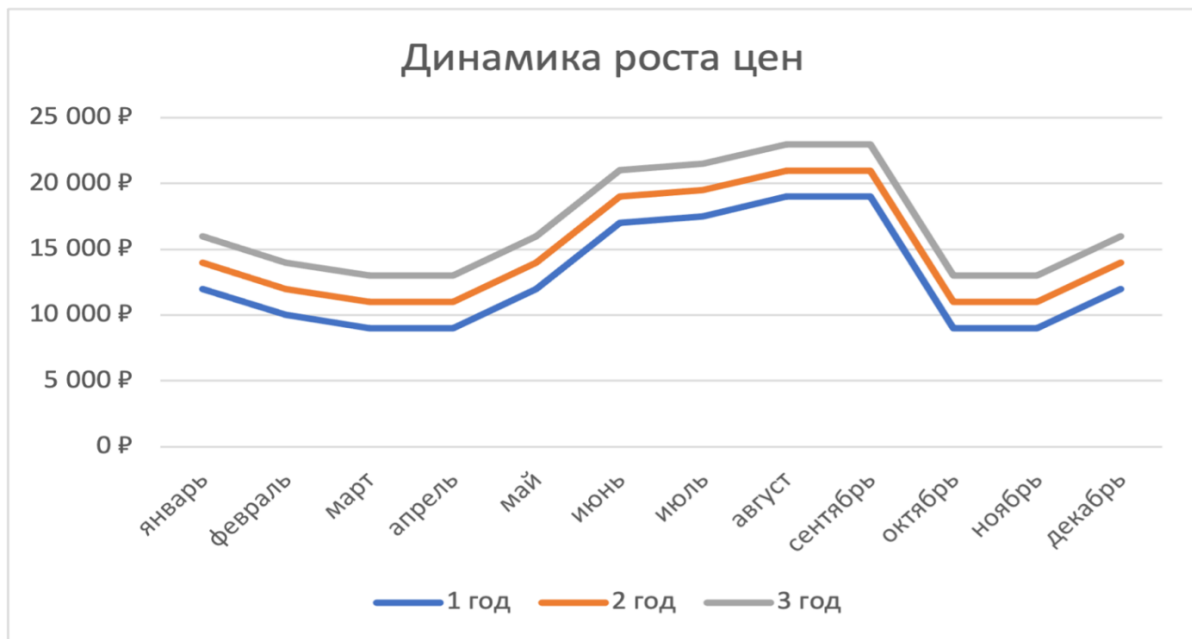


Рис. 1. Динамика роста цен на апартаменты в течение первых трех лет гостиничной деятельности ежемесячно с учетом сезонности и заполненности гостиницы на 65 %

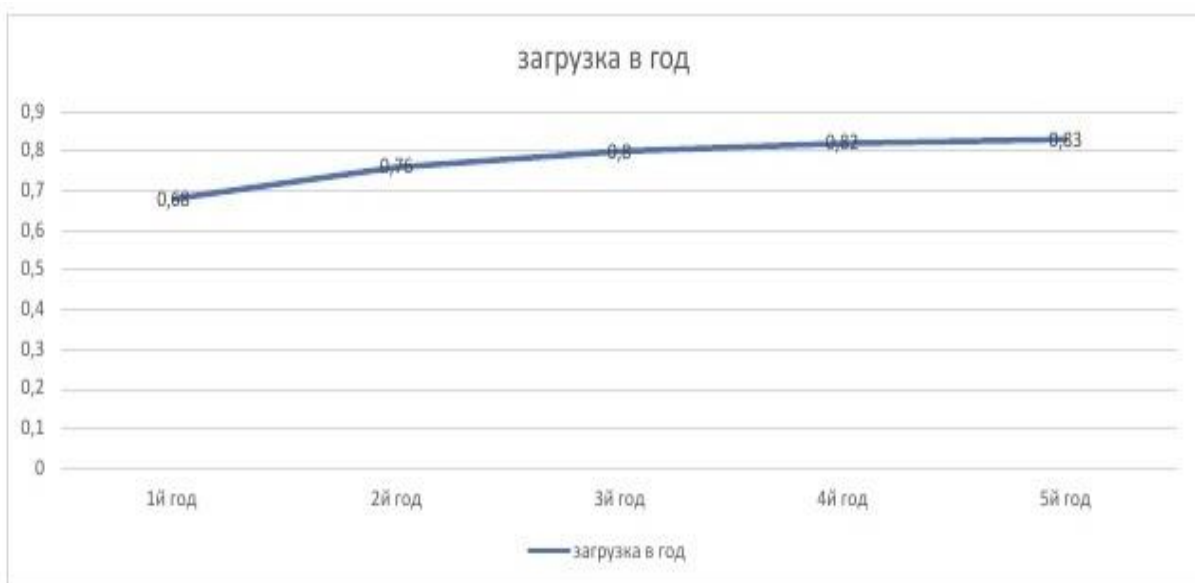


Рис. 2. Динамика загрузки гостиницы в год

В связи с этим регион нуждается в финансовых вложениях любого объема, инвестором может стать любой гражданин, владеющий капиталом. На сегодняшний момент уже существуют онлайн-площадки с готовым бизнесом в любой сфере, так можно подобрать бизнес-идею с пошаговой инструкцией и готовым бизнес-планом или выставить свою идею за условную или ощутимую сумму ([Альтера Инвест](#)).

Так, авторы приводят простые формы инвестиционных портфелей или группировку инвестиций, предлагают разработать ряд механизмов на законодательном уровне, которые будут выступать защитой от рисков в виде гарантов и послаблений со стороны правительства.

Авторский список вариантов инвестирования частного капитала представлен в [Таблице 4](#) в порядке увеличения суммы вложений и окупаемости.

Таблица 4. Бизнес-идеи 2023 в сфере туризма и отдыха

№ п/п	Сумма вложения, руб.	Виды деятельности	Окупаемость
1	0 – 5 000 000	Глэмпинг Прокат спортивного инвентаря Туристское агентство Развлекательный парк/аттракционы Палатка общественного питания/фастфуд Обустройство городских муниципальных пляжей	краткосрочная
2	5 000 000 – 50 000 000	Апартаменты [для личного пользования] Апартаменты [для сдачи в аренду] База отдыха Ресторан Бутик-отель Спорткомплекс Обустройство городских муниципальных пляжей	краткосрочная + долгосрочная
3	от 50 000 000	Отель с нуля Гостиничный комплекс восстановление/выкуп банкрот Сириус и его проекты Аэропорт г. Краснодара Логистика ж/д и перенос от берега Сочи	долгосрочная

4. Результаты

Конкуренция между регионами России нарастает и становится жесткой по следующим показателям: конкуренция за инвесторов, за инвестиции, за ресурсы развития, за участие в государственных программах, за человеческий капитал.

За последние 2 года Краснодарский край прорвался на лидирующие позиции, занял 6 место после Санкт-Петербурга, Москвы и Московской области. Вместе с Уфой, Татарстаном, Белгородской, Ленинградской, Воронежской областями, Ханты-Мансийским АО и Югрой закрыл десятку лидеров. Топовые регионы характеризуются высоким уровнем экономического развития, на них в целом приходится около 40% ВРП субъектов федерации, оборота розничной торговли, а также инвестиций в основной капитал. При этом в Краснодарском крае не была приостановлена ни одна социальная стройка, реализованы все социальные госпрограммы, в активной стадии реализации находится ряд инфраструктурных проектов. В целом объем инвестиций сохранился на уровне прошлого года, крупный бизнес готов вкладывать в край и участвовать в его развитии.

Необходимо и дальше развиваться, занимать новые ниши и выходить на звание лидерского региона в новых отраслях экономики, в международном инвестиционном пространстве, становиться узнаваемым регионом. Именно эти показатели определяют политику развития региона.

Изменения в экономической политике регионального развития коснутся улучшения условий ведения бизнеса. Необходимо не приспособиться к изменившимся условиям и рискам, а выйти на траекторию устойчивого роста. В частности, верным будет курс на снижение процентных ставок для оживления роста потребления и инвестиций, создание механизма направления в реальный сектор экономики долгосрочных сбережений граждан, расширение социальной помощи более широкому кругу населения. Таким образом, региональное развитие будет более сконцентрированным и сосредоточится на инфраструктуре края (Александр Полиди...).

5. Заключение

Инвестиции в туристскую сферу на сегодняшний день являются перспективным направлением для вложения собственного капитала. При этом инвестору необходимо хорошо ориентироваться на соответствующем рынке. Только такой подход способен в современных условиях принести прибыль.

Россияне хотят отдыхать на отечественных курортах, но при этом они предъявляют высокие требования к уровню сервиса, условиям проживания, качеству питания и не хотят переплачивать, что хорошо сказывается на инвестиционном климате в туристском кластере. Авторы обозначили ряд проблем Краснодарского края и указали документ, регламентирующий развитие отрасли. Именно руководствуясь им, возможно решить одновременно несколько задач – улучшение инфраструктуры города и края в целом, распределение финансов частных инвесторов в связи с образованием новых санкционных ограничений со стороны Запада.

Литература

Агентство... – Агентство «Анапа частный сектор», «Открытие сезона в Сочи в 2023 г.» [Электронный ресурс]. URL: <https://anapagorkogo11.ru/info/sovety/budet-li-sezon-v-sochi> (дата обращения: 17.02.2023 г.).

Александр Полиди... – Александр Полиди, д.э.н., «Необходимо выйти на траекторию устойчивого роста». [Электронный ресурс]. URL: <https://kubnews.ru/obshchestvo/2023/02/21/aleksandr-polidi-neobkhodimo-vyyti-na-traektoriyu-ustoychivogo-rosta/> (дата обращения: 28.02.2023).

Альтера Инвест – Альтера Инвест, Готовый бизнес. [Электронный ресурс]. URL: <https://alterainvest.ru/rus/biznes-idei/turizm-i-otdih/> (дата обращения: 07.03.2023).

Апарт-отель... – Апарт-отель «Фрегат», официальный сайт застройщика. [Электронный ресурс]. URL: <https://otel-fregat.ru/#pricesSection> (дата обращения: 27.02.2023 г.).

Ершов, 2021 – Ершов М.В. Международная экономика. Мир 2021: острота пандемических и экономических проблем // *Всероссийское экономическое издание «Вопросы экономики»*. 2021. № 12(12). С. 15.

Комсомольская правда – Комсомольская правда, Отдых в России, Бархатный сезон Сочи 2023. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kp.ru/russia/sochi/barhatnyj-sezon/> (дата обращения: 17.02.2023).

Московская биржа... – Московская биржа от 06.10.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.moex.com/n51992/?nt=106> (дата обращения: 06.03.2023).

Образовательный центр... – Образовательный центр «Сириус», официальный сайт. [Электронный ресурс]. URL: <https://sochisirius.ru/o-siriuse/obschaja-informatsija> (дата обращения: 23.02.2023).

Паспорт региональной... – Паспорт региональной программы Флагманский проект «Умная Кубань – лидеры будущего» от 28.10.2022. [Электронный ресурс]. URL: https://economy.krasnodar.ru/upload/iblock/cfb/kaiz6wqyn8nk6md1tk891hyzzgb2cko/Pasport-Flagmans-kogo-proekta-_Umnaya-Kuban-_lidersy-budushchego_.pdf (дата обращения: 17.02.2023).

Пресс-центр Wildberries... – Пресс-центр Wildberries от 04.08.2022 «Региональные предприниматели нарастили свои доходы в 2,7 раза в онлайн-сегменте». [Электронный ресурс]. URL: <https://www.wildberries.ru/presscenter/articles/regionalnye-predprinimateli-narastili-svojdohody-v-27-raza-v-onlayn-segmente> (дата обращения: 27.02.2023).

Приходько, 2022 – Приходько В. Редакция «Краснодарские известия», Александр Полиди: Страна и мир услышали голос Краснодара» от 25.09.2022. [Электронный ресурс]. URL: <https://ki-news.ru/news/aleksandr-polidi-strana-i-mir-uslyshali-golos-krasnodara/> (дата обращения: 20.02.2023 г.).

Пушкарская и др., 2023 – Пушкарская А., Козловский С., Шамина О., Сазонов Т. Би-си «Сочинский округ Колумбия: почему центр "Сириус" станет федеральной территорией» от 09.12.2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-54894270> (дата обращения: 27.02.2023).

Пясецкий, 2023 – Пясецкий В.В. Директор ЦМШ, «Образовательный центр «Сириус». [Электронный ресурс]. URL: <https://cmsmoscow.ru/partnership/partners/obrazovatelnyu-tsentr-sirius/> (дата обращения: 23.02.2023).

Сердюкова и др., 2021 – Сердюкова Н., Сердюков Д., Филипенкова О. Анализ туристского и гостиничного рынка Сочи и трендов потребительского поведения в условиях новой реальности // *Профессорский журнал «Рекреация и Туризм»*. 2021. №4(12). С. 5. DOI: 10.18572/2686-858X-2021-4-4-13

Смородинская, Катукоев, 2021 – Смородинская Н.В., Катукоев Д.Д. Распределенное производство в условиях шока пандемии: уязвимость, резильентность и новый этап глобализации // *НП «Вопросы экономики»*. 2021. №12. С. 21-47. DOI: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2021-12-21-47>

Туризм... – Туризм – правильные инвестиции. [Электронный ресурс]. URL: <https://investoriq.ru/praktika/investicii-v-turizm.html> (дата обращения: 07.03.2023 г.).

ФТ Сириус – ФТ Сириус, «О федеральной территории «Сириус»». [Электронный ресурс]. URL: <https://sirius-ft.ru/about> (дата обращения: 23.02.2023).

References

Agentstvo... – Agentstvo «Anapa chastnyi sektor», «Otkrytie sezona v Sochi v 2023 g.» [Anapa Private Sector Agency, Season Opening in Sochi in 2023]. [Electronic resource]. URL: <https://anapa.gorkogo11.ru/info/sovety/budet-li-sezon-v-sochi> (date of access: 17.02.2023). [in Russian]

Aleksandr Polidi... – Aleksandr Polidi, d.e.n., «Neobkhodimo vyiti na traektoriyu ustoichivogo rosta» [Alexander Polidi, Doctor of Economics, "It is necessary to enter the trajectory of sustainable growth"]. [Electronic resource]. URL: <https://kubnews.ru/obshchestvo/2023/02/21/aleksandr-polidi-neobkhodimo-vyyiti-na-traektoriyu-ustoychivogo-rosta/> (date of access: 28.02.2023). [in Russian]

Al'tera Invest – Al'tera Invest, Gotovyi biznes [Altera Invest, Ready business]. [Electronic resource]. URL: <https://alterainvest.ru/rus/biznes-idei/turizm-i-otdih/> (date of access: 07.03.2023). [in Russian]

Apartment-otel'... – Apartment-otel' «Fregat», ofitsial'nyi sait zastroishchika [Apartment-hotel "Fregat", the official website of the builder]. [Electronic resource]. URL: <https://otel-fregat.ru/#pricesSection> (date of access: 27.02.2023). [in Russian]

Ershov, 2021 – Ershov, M.V. (2021). Mezhdunarodnaya ekonomika. Mir 2021: ostrota pandemicheskikh i ekonomicheskikh problem [International economy. World 2021: acuteness of pandemic and economic problems]. *Vserossiiskoe ekonomicheskoe izdanie «Voprosy ekonomiki»*. 12(12): 15. [in Russian]

FT Sirius – FT Sirius, «O federal'noi territorii «Sirius»» [FT Sirius, "On the Federal Territory Sirius"]. [Electronic resource]. URL: <https://sirius-ft.ru/about> (date obrashcheniya: 23.02.2023). [in Russian]

Komsomol'skaya pravda – Komsomol'skaya pravda, Otdykh v Rossii, Barkhatnyi sezon Sochi 2023 [Komsomolskaya Pravda, Rest in Russia, Velvet season Sochi 2023]. [Electronic resource]. URL: <https://www.kp.ru/russia/sochi/barhatnyj-sezon/> (date of access: 17.02.2023). [in Russian]

Moskovskaya birzha... – Moskovskaya birzha ot 06.10.2022 [Moscow Exchange dated 06.10.2022]. [Electronic resource]. URL: <https://www.moex.com/n51992/?nt=106> (date of access: 06.03.2023). [in Russian]

Obrazovatel'nyi tsentr... – Obrazovatel'nyi tsentr «Sirius» [Sirius Educational Center]. [Electronic resource]. URL: <https://sochisirius.ru/o-siriuse/obschaja-informatsija> (date of access: 23.02.2023). [in Russian]

Pasport regional'noi... – Pasport regional'noi programmy Flagmanskii proekt «Umnaya Kuban' – lidery budushchego» ot 28.10.2022 [Passport of the regional program Flagship project "Smart Kuban - Leaders of the Future" dated 28.10.2022]. [Electronic resource]. URL: https://economy.krasnodar.ru/upload/iblock/cfb/kaiz6wqyn8nk6md1t1k891hyzzgb2cko/Pasport-Flagmanskogo-proe-cta_Umnaya-Kuban-_lidery-budushchego_.pdf (date of access: 17.02.2023). [in Russian]

Press-tsentr Wildberries... – Press-tsentr Wildberries ot 04.08.2022 «Regional'nye predprinimateli narastili svoi dokhody v 2,7 raza v onlain-segmente» [Wildberries press center dated

08/04/2022 “Regional entrepreneurs increased their income by 2.7 times in the online segment”]. [Electronic resource]. URL: <https://www.wildberries.ru/presscenter/articles/regionalnye-predprinimateli-narastili-svoi-dohody-v-27-raza-v-onlayn-segmente> (date of access: 27.02.2023). [in Russian]

Prihod'ko, 2022 – Prihod'ko, V. Redaktsiya «Krasnodarskie izvestiya», Aleksandr Polidi: Strana i mir uslyshali golos Krasnodara» ot 25.09.2022. [The editors of Krasnodar News, Alexander Polidi: The country and the world have heard the voice of Krasnodar from 25.09.2022]. [Electronic resource]. URL: <https://ki-news.ru/news/aleksandr-polidi-strana-i-mir-uslyshali-golos-krasnodara/> (date of access: 20.02.2023 g.). [in Russian]

Pushkarskaya i dr., 2023 – Pushkarskaya, A., Kozlovskii, S., Shamina, O., Sazonov, T. (2023). Bi-bi-si «Sochinskii okrug Kolumbiya: pochemu tsentr "Sirius" stanet federal'noi territoriei» ot 09.12.2020 [BBC “Sochi District of Columbia: why the Sirius Center will become a federal territory” from 09.12.2020]. [Electronic resource]. URL: <https://www.bbc.com/russian/features-54894270> (date of access: 27.02.2023). [in Russian]

Pyasetskii, 2023 – Pyasetskii, V.V. Direktor TsMSh, «Obrazovatel'nyi tsentr «Sirius» [Director of the Central Music School, Sirius Educational Center]. [Electronic resource]. URL: <https://cms.moscow.ru/partnership/partners/obrazovatelnyy-tsentr-sirius/> (date of access: 23.02.2023). [in Russian]

Serdyukova i dr., 2021 – Serdyukova, N., Serdyukov, D., Filipenkova, O. (2021). Analiz turistskogo i gostinichnogo rynka Sochi i trendov potrebitel'skogo povedeniya v usloviyakh novoi real'nosti [Analysis of the tourist and hotel market in Sochi and trends in consumer behavior in the new reality]. *Professorskii zhurnal «Rekreatsiya i Turizm»*. 4(12): 5. DOI: 10.18572/2686-858Kh-2021-4-4-13 [in Russian]

Smorodinskaya, Katukov, 2021 – Smorodinskaya, N.V., Katukov, D.D. (2021). Raspredelennoe proizvodstvo v usloviyakh shoka pandemii: uyazvimost', rezil'entnost' i novyi etap globalizatsii [Distributed production in the context of pandemic shock: vulnerability, resilience and a new stage of globalization]. *NP «Voprosy ekonomiki»*. 12: 21-47. DOI: <https://doi.org/10.32609/0042-8736-2021-12-21-47> [in Russian]

Turizm... – Turizm – pravil'nye investitsii [Tourism is the right investment]. [Electronic resource]. URL: <https://investoriq.ru/praktika/investicii-v-turizm.html> (date of access: 07.03.2023). [in Russian]

УДК 336.23

К вопросу об инвестиционной привлекательности территории в условиях новой реальности

Татьяна Евгеньевна Гварлиани ^{a, *}, Анастасия Александровна Черкасова ^a

^a Сочинский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. Инвестиционная привлекательность на сегодняшний момент является ключевой фазой развития территорий. Краснодарский край обладает необходимыми условиями для ее реализации, а именно: выгодное экономико-географическое положение и на этой основе развитый транспортный узел, высокая предпринимательская активность и потребительский потенциал. Тем не менее не весь потенциал инвестиционной привлекательности задействован в полном объеме, что находит свое отражение в низкой инновационной активности, диспропорции инвестиционной активности в разрезе территорий, энергодефицитности и т.п. Для решения поставленных вопросов заключено соглашение между администрацией Краснодарского края и Российским научным фондом о сотрудничестве в сфере поддержки фундаментальных научных исследований и научных исследований, продвигающих инвестиционную привлекательность и тем самым способствующих устойчивому развитию региона. Особые надежды возлагаются на туристскую деятельность, традиционно реализующую себя как приоритетную. Уже сейчас наметились новые тенденции, которые будут способствовать экономическому устойчивому развитию.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: antana-tata@mail.ru (Т.Е. Гварлиани), cherkasova.job@mail.ru (А.А. Черкасова)

В статье делается акцент на новой реальности развития Краснодарского края в условиях тенденции ограничения бюджетных ресурсов в связи с открытием и функционированием совершенно новой для России и грандиозной в масштабах города Сочи федеральной территории «Сириус». Так, научно-инновационный город-кампус получил финансовую самостоятельность, и налоги, сформированные на данной территории, будут идти на развитие самих этих территорий, что будет способствовать формированию значительных финансовых ресурсов и созданию условий для прорывного экономического развития.

Ключевые слова: инвестиционная привлекательность, туриндустрия, региональная политика.

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 32-40

www.vestnik.sutr.ru



UDC 338.48

Study of Factors Influencing the Implementation of Sustainable Development of Rural Areas in the Krasnodar Krai

Elena N. Klochko ^{a, *}, Maria V. Zelinskaya ^a, Lidia V. Kovalenko ^a

^a Kuban State Agricultural University, Russian Federation

Abstract

In the presented article, the factors of influence on the implementation of sustainable development of rural areas as the fulfillment of a key task in the activities of public authorities are considered. It is determined that the state of development of rural areas determines a number of factors, among which we can note: the dynamics of the population in the context of its systemic increase or decrease; the functioning of economic sectors and the prospects for increasing the capacity of agricultural organizations; promotion of agricultural cooperation, etc.

For the Krasnodar Krai, as an agrarian-oriented region, ensuring the sustainable development of rural areas is a prerequisite for socio-economic well-being. Despite the measures taken by the state, a natural decline in the population persists in the countryside, and it is currently not possible to ensure systemic ruralization. In addition, as in many regions of the Russian Federation, the Krasnodar Krai is characterized by the persistence of an increased likelihood of the “risk of poverty” of the rural population, which does not allow to fully ensure the sustainability of rural development.

Residents of rural areas define the support of state and municipal organizations in the countryside as priority areas for sustainable development, as well as the promotion of the functioning of small and medium-sized businesses.

The potential for sustainable development of rural areas can be maximized under the condition of a stable increase in the quality of life and the well-being of the population. In this direction, the state, as a subject of management, should ensure the implementation of a set of measures to combat poverty.

Keywords: sustainable development of rural areas, quality of life of the population, welfare, management, economic growth, social sphere.

1. Введение

Одним из стратегических приоритетов в деятельности органов власти, ориентированных на экономико-хозяйственное и социальное развитие государства, является поддержка сельских территорий. Характер исполнения задач в сфере обеспечения устойчивого развития сельских территорий определяется потребностями населения, а также ключевыми задачами стратегических преобразований народного хозяйства и общества.

Вопросы разработки направлений устойчивого развития сельских территорий отражены в работах таких исследователей, как А.В. Алферина, Д.М. Астанин, А.В. Бережной, И.В. Ковалева, и др. (Алферина, 2019; Астанин, 2019; Бережной, 2022; Ковалева, 2018 и др.).

Проблемы использования адресных инструментов в системе устойчивого развития сельских территорий с целью увеличения его эффективности отражены в научных трудах

* Corresponding author

E-mail addresses: magadan.79@mail.ru (E.N. Klochko)

отечественных исследователей М.В. Зелинской, Е.Н. Ключко, М.А. Нестеренко, Р.А. Шичиха и др. (Зелинская, Ключко, 2020; Нестеренко, 2019; Шичиха, 2022 и др.).

Отметим, что осуществление устойчивого развития сельских территорий может осуществляться максимально эффективно лишь при условии учета многочисленных факторов, влияющих на состояние сельских поселений. В первую очередь эффективность устойчивого развития во многом формирует уровень жизни и благосостояние жителей села. В статье будут рассмотрены возможности осуществления генерации механизмов, оказывающих положительное влияние на качество жизни сельского населения с учетом экономико-хозяйственных, социокультурных и иных факторов.

Научная новизна работы состоит в обосновании необходимости разработки стратегии роста благосостояния сельского населения Краснодарского края как направления устойчивого развития сельских территорий. Работа имеет прикладной характер и важную практическую значимость, а именно научно обосновывает необходимость применения современных инструментов управления, ориентированных на обеспечение системного увеличения качества жизни сельского населения, что позволит заинтересованным в развитии сельских территорий субъектам использовать существующий положительный опыт.

2. Материалы и методы

В данной статье рассмотрены характеристики качества жизни и благосостояния жителей села в контексте обеспечения устойчивого развития сельских территорий Краснодарского края. Теоретическую и методологическую базу исследования составили научные труды отечественных исследователей в области устойчивого развития сельских территорий, а также результаты практических исследований, направленных на изучение благополучия сельских территорий, статистическая информация о социально-экономическом развитии сельских территорий Краснодарского края. В статье использовались методы анализа и синтеза, монографического анализа, контент-анализа.

3. Обсуждение

К одному из приоритетных направлений реализации социально-экономической политики в стране можно отнести Стратегию устойчивого развития сельских территорий Российской Федерации на период до 2030 года.



Рис. 1. Причины снижения эффективности развития сельских территорий

В качестве основных целей данной Стратегии выделены системный рост благосостояния сельских жителей и повышение общего качества жизни населения.

Однако практика управления развитием сельских территорий свидетельствует о наличии ряда устойчивых причин, снижающих эффективность деятельности государства в данном направлении (Рисунок 1).

Для аграрно-ориентированных регионов, к которым можно отнести Краснодарский край, рост благосостояния жителей села выступает не только важной составляющей комплексного управления сельскими территориями, но и во многом определяет результативность регионального управления.

Хотя социально-экономическое развитие Краснодарского края характеризуется положительной динамикой ключевых индикаторов, наблюдается постепенное уменьшение численности сельского населения (Рисунок 2).

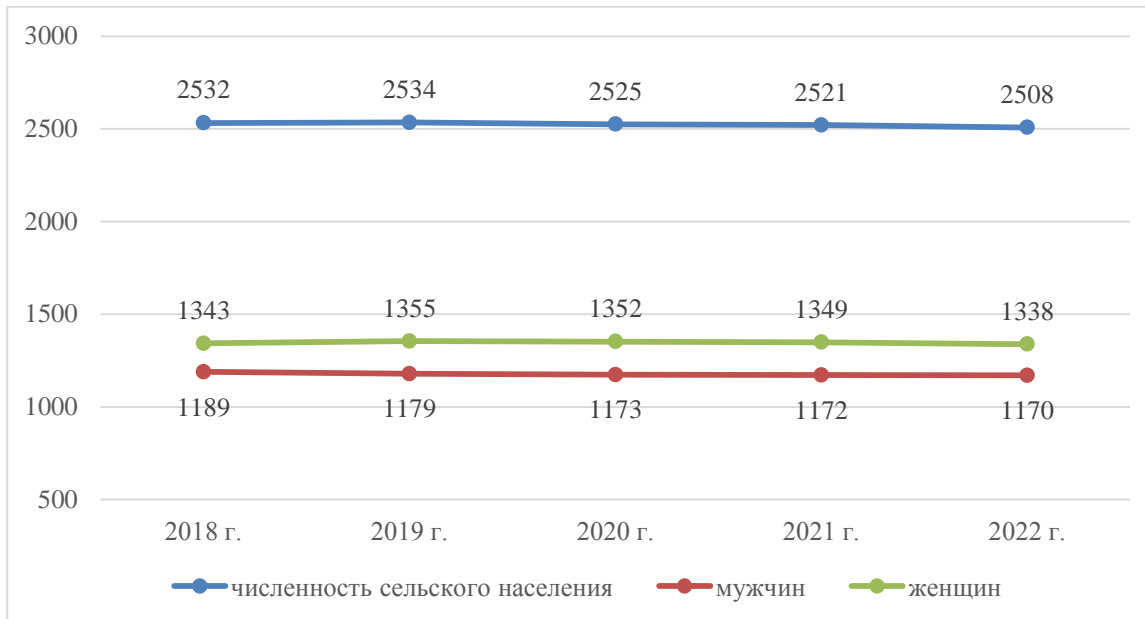


Рис. 2. Динамика численности сельского населения Краснодарского края (в разрезе категорий), тыс. чел.

Несмотря на перечень мер государственной поддержки, ориентированных на содействие рурализации, стимулирование рождаемости и решение локальных задач при реализации демографической политики на селе, регион в настоящее время характеризуется постоянным нарастанием естественной убыли населения (Рисунок 3). Данный факт объясним недостаточно высоким уровнем жизни и благосостояния сельских жителей.

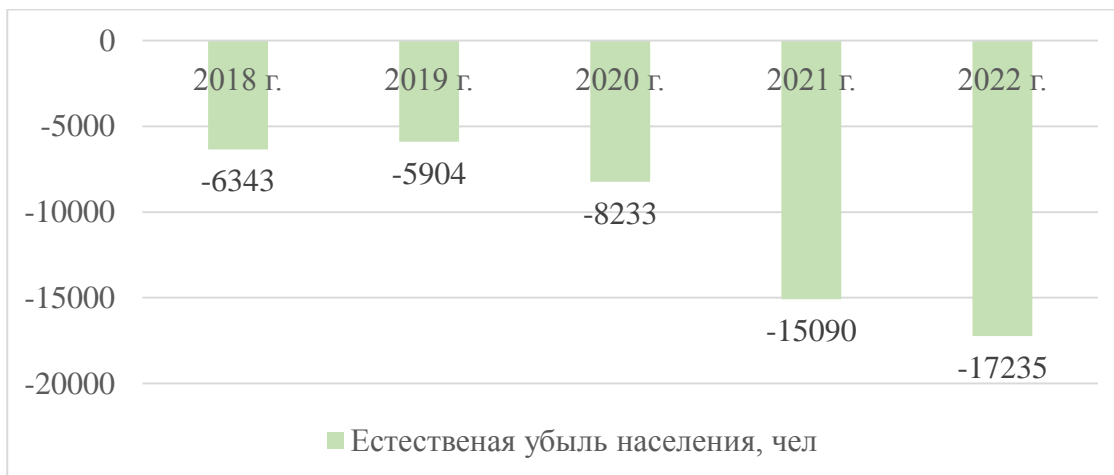


Рис. 3. Динамика естественной убыли населения Краснодарского края, чел.

Как и многие регионы Российской Федерации, Краснодарский край характеризуется существенной разницей в объеме среднемесячной заработной платы, получаемой жителями сельских и урбанизированных территорий. Кроме того, как видно из данных [Рисунка 3](#), динамический анализ соотношения реальной начисленной заработной платы и реальных доходов сельского населения свидетельствует о постепенном увеличении разрыва между данными показателями. Несомненно, этот фактор оказывает негативное влияние на стабильность благосостояния сельских жителей, провоцируя ряд иных проблем в системе комплексного развития села.

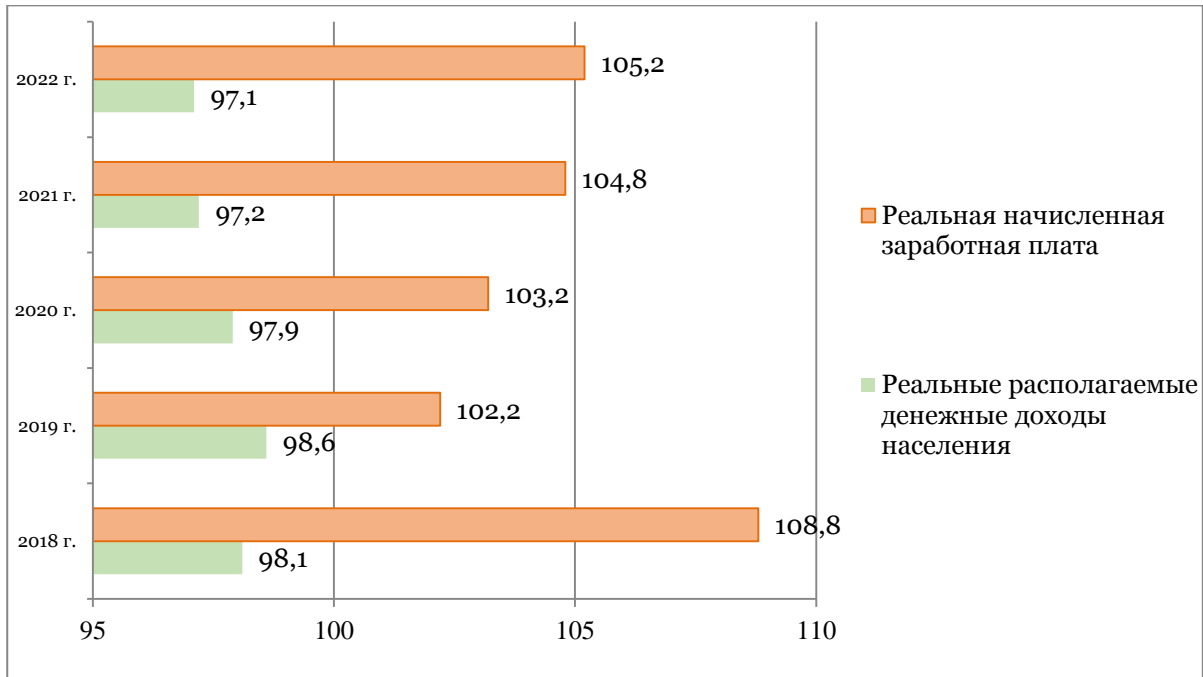


Рис. 4. Соотношение реальной начисленной заработной платы и реальных доходов сельского населения Краснодарского края, в % к предыдущему году

Увеличение разницы между реальной начисленной заработной платой и реальными доходами сельского населения является не единственной системообразующей проблемой, отрицательно влияющей на благосостояние сельского населения Краснодарского края. Одной из характеристик функционирования рынка труда сельских территорий является постоянный рост безработицы ([Таблица 1](#)). Несмотря на некоторую стабилизацию после кризисного 2020 г., проблема безработицы остается одной из актуальных для села на сегодняшний день.

Таблица 1. Характеристика безработицы среди населения, проживающего на сельских территориях Краснодарского края

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. к 2018 г., %
Численность безработных граждан, зарегистрированных в органах государственной службы занятости населения, тыс. чел.	7,4	7,9	32,0	8,2	8,0	108,1
в % от общей численности безработных граждан по краю	51,8	51,4	31,2	52,1	52,3	-

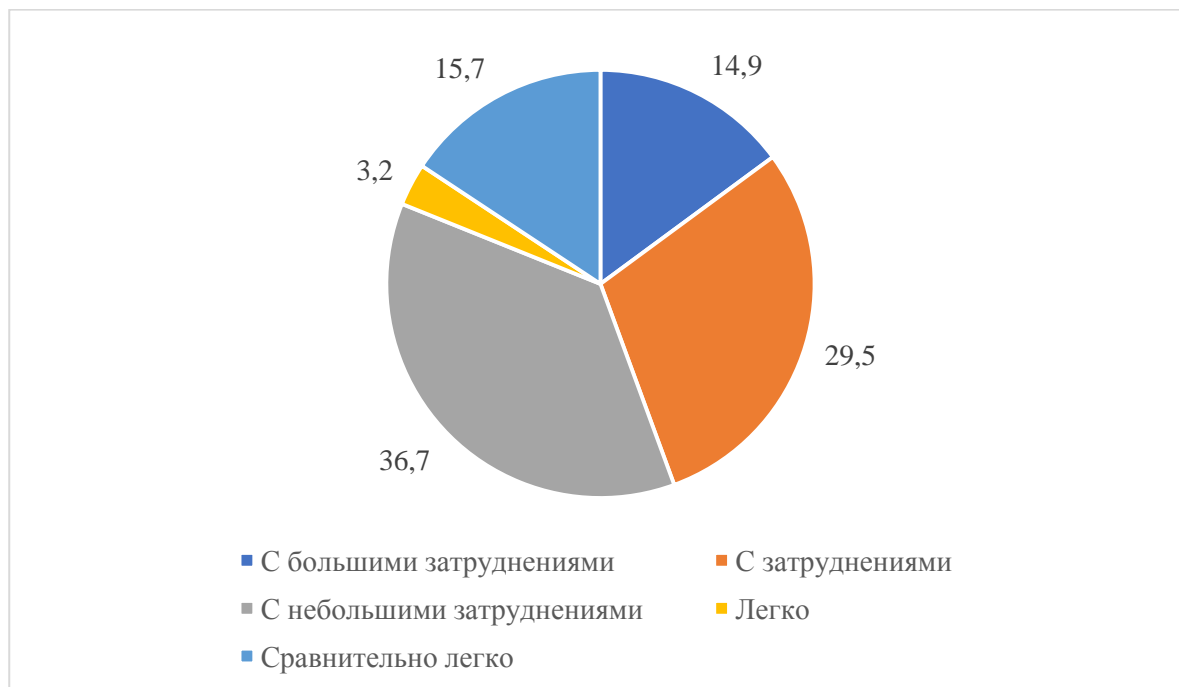
При оценке благосостояния сельского населения необходимо исследование характеристики доходов домашних хозяйств, проживающих в сельской местности ([Таблица 2](#)).

Таблица 2. Характеристика доходов домашних хозяйств, проживающих в сельской местности, руб.

Показатель	2018 г.	2019 г.	2020 г.	2021 г.	2022 г.	2022 г. к 2018 г., %
Располагаемые ресурсы – всего	26114,4	24692,9	25360,2	25990,5	26343,2	100,8
денежный доход	23402,6	21730,6	22665,0	23323,8	23800,6	101,7
стоимость натуральных поступлений продуктов питания	986,3	873,4	690,0	680,7	665,4	67,5
стоимость натуральных поступлений непродовольственных товаров и услуг	221,1	212,7	191,5	187,4	166,7	75,4
сумма привлеченных средств и израсходованных сбережений	1504,3	1876,2	1813,7	1798,6	1710,5	113,7

Проведенные исследования свидетельствуют об очень медленных темпах роста располагаемых доходов сельского населения Краснодарского края – менее 1% за пятилетний период. Из структуры располагаемых ресурсов видно, что положительная динамика достигнута за счет прироста денежных доходов – 1,7% за исследуемый период, а также привлекаемых средств и сбережений – 13,7%, что свидетельствует о системном ухудшении благосостояния сельского населения.

Осуществление авторами группировки статистических данных о финансовом обеспечении сельских хозяйств позволили составить круговую диаграмму, представленную на рис. 5. Исследования показали, что наибольшая доля сельских домохозяйств (36,7%) может финансово обеспечить себя с небольшими затруднениями, 29,5% – с затруднениями. Лишь 3,2% домохозяйств могут легко себя обеспечить, что является крайне низким показателем.

**Рис. 5.** Возможность финансового обеспечения сельских домохозяйств в 2022 г. Составлено авторами на основе анализа статистических данных), %

Для получения всестороннего представления о благосостоянии сельского населения необходимо оценить такой показатель, как «риск бедности». Исчислить данный показатель возможно посредством определения отношения удельного веса населения с денежными

доходами ниже величины прожиточного минимума к среднему значению данного показателя. Конечное значение показателя «риск бедности» целесообразно сравнивать с единицей, формирующей средний уровень риска (Рисунок 6).

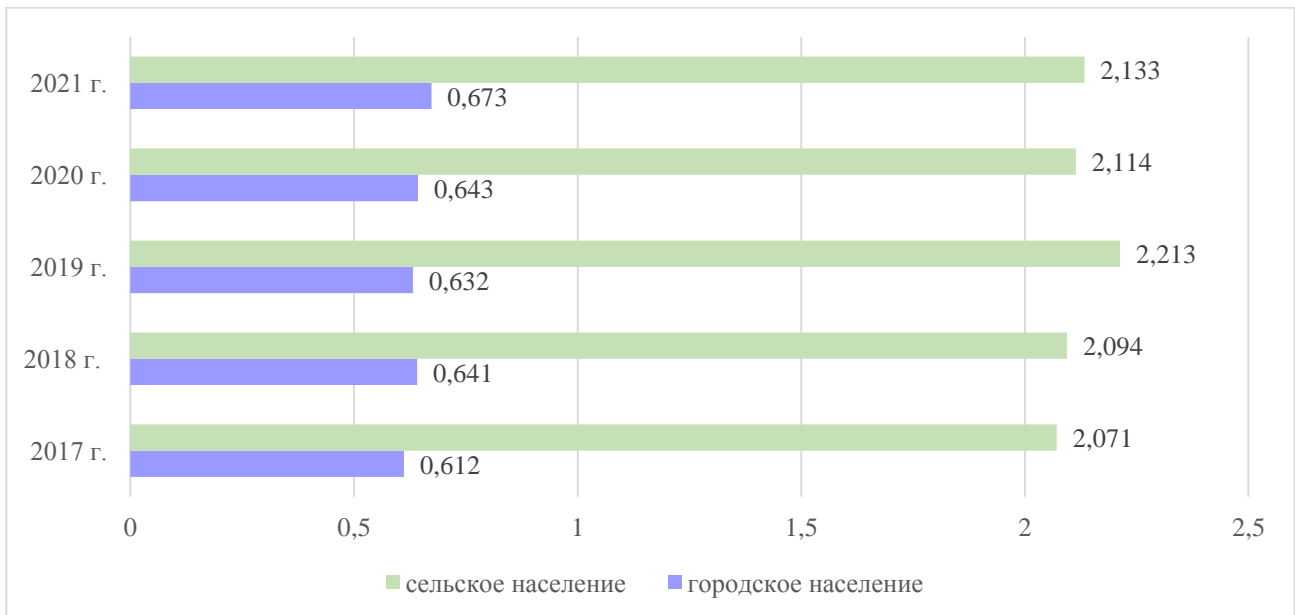


Рис. 6. Оценка риска бедности сельского населения в сравнении с городским

Проведенные исследования позволяют не только констатировать высокое значение «риска бедности» в отношении сельского населения Краснодарского края, но и отметить его постоянное увеличение, что является фактором негативного влияния на благосостояние жителей села.



Рис 7. Механизмы, которые могут помочь сельским поселениям нарастить конкурентные преимущества, %

С целью исследования мнения сельских жителей Краснодарского края о механизмах, которые могут помочь сельским поселениям нарастить конкурентные преимущества, авторами был проведен анкетный интернет-опрос, результаты которого представлены на [Рисунке 7](#).

Выборка составила 119 человек. Как отмечает 70,6 % респондентов, наиболее значимым условием такого развития является государственная и муниципальная поддержка предприятий, а 68,95 % убеждены, что данную роль играет поддержка предпринимательства. Таким образом, респонденты отмечают востребованность помощи со стороны государства в вопросах развития сельских территорий.

4. Заключение

Подводя итог нашему исследованию, отметим, что наращивание человеческого капитала и обеспечение системного роста благосостояния жителей села выступают ключевым условием обеспечения устойчивого развития сельских территорий в стратегической перспективе. Без государственного содействия рурализации обеспечить развитие человеческого капитала сельских территорий невозможно. Для привлечения человеческих ресурсов в сельскую местность государству как субъекту управления необходимо решить две взаимосвязанные масштабные задачи: обеспечить системное улучшение социальной сферы села (в данном случае эффективным методом является программно-целевой), а также провести диверсификацию сельской экономики в разрезе отраслей.

Следовательно, решение проблем, обусловленных факторами, влияющими на благосостояние сельского населения, должно носить комплексный характер и в первую очередь должно быть направлено на повышение качества жизни селян и рост заработной платы.

Литература

[Алферина и др., 2019](#) – *Алферина А.В., Ткачева А.Ю., Тарасова О.Ю. Устойчивое развитие сельских территорий // Современные проблемы территориального развития. 2019. №1. С. 1.*

[Астанин, 2019](#) – *Астанин Д.М. Эколого-культурные аспекты эволюционного развития моделей экологического туризма // ЦИТИСЭ. 2019. №2(19). С. 1.*

[Бережной, Шичиях, 2022](#) – *Бережной А.В., Шичиях Б.З. Содействие рурализации в развитии сельских территорий Краснодарского края // Естественно-гуманитарные исследования. 2022. №42(2). С. 53-59.*

[Зелинская, Ключко, 2020](#) – *Зелинская М.В., Ключко Е.Н. Система государственного управления инновационной деятельностью в Краснодарском крае // Экономика и предпринимательство. №5(118). 2020. С. 71-77.*

[Зелинская, Коваленко, 2020](#) – *Зелинская М.В., Коваленко Л.В. К вопросу о необходимости управления экологизацией сельского хозяйства в Краснодарском крае // Вестник академии знаний. Издательство: Академия знаний (Краснодар). 2020. №2(37). С. 129-132.*

[Ковалева, Семина, 2018](#) – *Ковалева И.В., Семина Л.А. Устойчивое развитие сельских территорий в условиях диверсификации экономики региона // Wschodnioeuropejskie czasopismo naukowe. 2018. №7-3(35). С. 45-49.*

[Коробова, 2019](#) – *Коробова О.П. Устойчивое развитие сельских территорий как гарант национальной безопасности России // Асадетіа. архітектура і строїтельство. 2019. №1. С. 86-92.*

[Нестеренко, Бережной, 2019](#) – *Нестеренко М.А., Бережной А.В. Особенности государственной политики в экономической и социальной сферах: частные аспекты // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. 2019. №4. С. 224-226.*

[Официальный сайт...](#) – Официальный сайт Управления федеральной службы государственной статистики по Краснодарскому краю и Республике Адыгея. [Электронный ресурс.]. URL: <https://krsdstat.gks.ru/>

[Шичиях, Коваленко, 2022](#) – *Шичиях Р.А., Коваленко Л.В. Эффективная цифровизация – резерв роста отрасли растениеводства // Сельский механизатор. 2022. №1. С. 3-5.*

References

- Alferina i dr., 2019 – Alferina, A.V., Tkacheva, A.Yu., Tarasova, O.Yu. (2019). Ustoichivoe razvitie sel'skikh territorii [Sustainable development of rural areas]. *Sovremennye problemy territorial'nogo razvitiya*. 1: 1. [in Russian]
- Astanin, 2019 – Astanin, D.M. (2019). Ekologo-kul'turnye aspekty evolyutsionnogo razvitiya modelei ekologicheskogo turizma [Ecological and cultural aspects of the evolutionary development of ecological tourism models]. *TsITISE*. 2(19): 1. [in Russian]
- Berezhnoi, Shichiyakh, 2022 – Berezhnoi, A.V., Shichiyakh, B.Z. (2022). Sodeistvie ruralizatsii v razvitii sel'skikh territorii Krasnodarskogo kraja [Promoting ruralization in the development of rural areas of the Krasnodar Territory]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya*. 42(2): 53-59. [in Russian]
- Korobova, 2019 – Korobova, O.P. (2019). Ustoichivoe razvitie sel'skikh territorii kak garant natsional'noi bezopasnosti Rossii [Sustainable development of rural areas as a guarantor of Russia's national security]. *Academia. arkhitektura i stroitel'stvo*. 1: 86-92. [in Russian]
- Kovaleva, Semina, 2018 – Kovaleva, I.V., Semina, L.A. (2018). Ustoichivoe razvitie sel'skikh territorii v usloviyakh difersifikatsii ekonomiki regiona [Sustainable development of rural areas in the conditions of diversification of the regional economy]. *Wschodnioeuropejskie czasopismo naukowe*. 7-3(35): 45-49. [in Russian]
- Nesterenko, Berezhnoi, 2019 – Nesterenko, M.A., Berezhnoi, A.V. (2019). Osobennosti gosudarstvennoi politiki v ekonomicheskoi i sotsial'noi sferakh: chastnye aspekty [Features of state policy in the economic and social spheres: private aspects]. *Gumanitarnye, sotsial'no-ekonomicheskie i obshchestvennye nauki*. 4: 224-226. [in Russian]
- Ofitsial'nyi sait... – Ofitsial'nyi sait Upravleniya federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki po Krasnodarskomu kraju i Respublike Adygeya [Official site of the Office of the Federal State Statistics Service for the Krasnodar Territory and the Republic of Adygea]. [Electronic resource]. URL: <https://krsdstat.gks.ru/> [in Russian]
- Shichiyakh, Kovalenko, 2022 – Shichiyakh, R.A., Kovalenko, L.V. (2022). Effektivnaya tsifrovizatsiya – rezerv rosta otrasli rastenievodstva [Effective digitalization is a growth reserve for the plant growing industry]. *Sel'skii mekhanizator*. 1: 3-5. [in Russian]
- Zelinskaya, Klochko, 2020 – Zelinskaya, M.V., Klochko, E.N. (2020). Sistema gosudarstvennogo upravleniya innovatsionnoi deyatel'nost'yu v Krasnodarskom krae [The system of state management of innovation activity in the Krasnodar Territory]. *Ekonomika i predprinimatel'stvo*. 5(118): 71-77. [in Russian]
- Zelinskaya, Kovalenko, 2020 – Zelinskaya, M.V., Kovalenko, L.V. (2020). K voprosu o neobkhodimosti upravleniya ekologizatsiei sel'skogo khozyaistva v Krasnodarskom krae [To the issue of the need to manage the greening of agriculture in the Krasnodar Territory]. *Vestnik akademii znanii. Izdatel'stvo: Akademiya znanii (Krasnodar)*. 2(37): 129-132. [in Russian]

УДК 33

Исследование факторов влияния на осуществление устойчивого развития сельских территорий в Краснодарском крае

Елена Николаевна Ключко ^{a, *}, Мария Владимировна Зелинская ^a,
Лидия Владимировна Коваленко ^a

^a Кубанский государственный аграрный университет, Российская Федерация

Аннотация. В представленной статье рассмотрены факторы влияния на осуществление устойчивого развития сельских территорий как исполнение ключевой задачи в деятельности органов государственной власти. Определено, что состояние развития сельских территорий определяет ряд факторов, среди которых можно отметить: динамику численности населения в контексте его системного увеличения или

* Корреспондирующий автор
Адреса электронной почты: magadan.79@mail.ru (Е.Н. Ключко)

сокращения, функционирование хозяйствующих отраслей и перспективы наращивания мощностей сельскохозяйственных организаций, содействие аграрной кооперации и др.

Для Краснодарского края, как аграрно-ориентированного региона, обеспечение устойчивого развития сельских территорий является обязательным условием социально-экономического благополучия. Несмотря на принимаемые со стороны государства меры, на селе сохраняется естественная убыль населения, а обеспечить системную рурализацию в настоящее время не удастся. Кроме того, как и для многих регионов Российской Федерации, для Краснодарского края характерно сохранение повышенной вероятности «риска бедности» сельского населения, что не позволяет в полной мере обеспечить устойчивость развития села.

Жители сельских территорий в качестве приоритетных направлений устойчивого развития определяют поддержку государственных и муниципальных организаций на селе, а также содействие функционированию субъектов малого и среднего предпринимательства.

Потенциал устойчивого развития сельских территорий может быть максимально раскрыт при условии стабильного роста качества жизни и благосостояния населения. В данном направлении государству как субъекту управления следует обеспечить реализацию комплекса мер по борьбе с бедностью.

Ключевые слова: устойчивое развитие сельских территорий, качество жизни населения, благосостояние, управление, экономический рост, социальная сфера.

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 41-50

www.vestnik.sutr.ru



UDC 332.1+338.345

Research of the Tourism Services Market in the Context of Sustainable Development Regions of Siberia

Larisa B. Nyurenberger ^a, Artem V. Malgin ^b, Nikita E. Petrenko ^{a, *}, Elena N. Bavykina ^c

^a Novosibirsk State University of Economics and Management "NINH", Novosibirsk, Russian Federation

^b Moscow State Institute of International Relations (University) Ministry of Foreign Affairs of the Russian Federation, Moscow, Russian Federation

^c Altay State Humanitarian Pedagogical University named after V.M. Shukshinag, Biysk, Russian Federation

Abstract

The article deals with an urgent problem that allows us to identify the attitude of society to the sustainable development of tourism in the region. The main objectives of the study are: to study the socio-economic aspects of the development of the tourism industry; to develop a questionnaire and conduct a study aimed at identifying the opinion of the population of the region regarding the development of tourism. Special attention is paid to the assessment of factors hindering the development of tourism, which ultimately affects the sustainable development of the region.

Critical and systematic analysis of specialized literature was used to solve the tasks. The collection of primary information for the study was carried out by means of a questionnaire survey. The information base of the study was the data of the survey statistics of the population of the Altai Territory, the Altai Republic, the Novosibirsk and Omsk regions. The factors hindering the development of tourism are evaluated by experts. As a result of the analysis, an ambiguous attitude to the development of tourism in the regions was established, the respondents' opinion about the increase in tourist flow to the region, the willingness of local residents to participate in tourist services, as well as ways of public participation in the organization of tourist activities were revealed.

The conclusions obtained in the course of the study and presented in the article can be used by tourism companies, regional and municipal authorities in the formation of strategic documents of an industry orientation.

Keywords: region, tourism, sustainable development, customer orientation, local population, tourist market, regional development, regional economy.

1. Введение

В настоящее время туризм становится неотъемлемой частью жизнедеятельности общества. С учетом этого обстоятельства он стал самостоятельным сектором экономики и на его долю приходится более 10 % мировых расходов, доля в мировом экспорте составляет почти 8 % (Дусенко, Кротова, 2011).

Туристскую деятельность целесообразно рассматривать как комплекс взаимосвязанных элементов, участвующих в создании конечного туристского продукта. Туриндустрия, обладая мультипликативным эффектом, улучшает качество жизни населения и общие экономические

* Corresponding author

E-mail addresses: nepetrenko@ro.ru (N.E. Petrenko)

перспективы региона (Потапова, 2016). В этой связи становится актуальным социально-экономический подход к пониманию сущности туристской деятельности.

Экономическое значение туристской деятельности для региона выражено налоговыми поступлениями в бюджет, инвестициями, увеличением емкости внутреннего рынка. Значение имеет классификация видов туризма, позволяющая решать проблемы его территориальной организации, планирования и развития материальной базы, выявления спроса и формирования рынка туризма, производства и реализации туристского продукта и дополнительного источника доходов в региональный бюджет для многих субъектов (Аршинова и др., 2022; Курнявкин и др., 2020).

Отличительной чертой современного туризма является его социальная направленность, которая раскрывается в создании рабочих мест, сохранении и приумножении культурного наследия, повышении качества жизни населения (Баумгартен, 2005; Дусенко, 2011).

Стоит отметить, что в РФ занятость населения в туризме меньше, чем в европейских странах, что обусловлено низким уровнем развития туристской инфраструктуры, в частности средств размещения, и слабым использованием туристского потенциала территорий (Саранча, 2015).

С целью эффективного развития туристской отрасли важно выявить уровень взаимодействия местного населения и туристов. Стоит отметить, что в профильной литературе особое внимание уделено оценке туристов, их уровня удовлетворенности, степени влияния на развития туристской отрасли и т.д. (Ветитнев и др., 2013). Залогом успеха развития отрасли является желание местного населения принимать гостей региона и погружаться в туристское дело.

Научная новизна. Впервые был разработан инструментарий и проведено комплексное исследование жителей регионов Сибирского Федерального округа с позиции их отношения к активизации массового туризма, к притоку туристов в регионы Сибири, что позволило выявить предпочтения местных жителей относительно видов туризма, обозначить факторы, способствующие динамизации региональных рынков туристских услуг, и, как следствие, обосновать роль сферы туризма и гостеприимства в повышении устойчивости отдельных территорий и регионов СФО.

2. Материалы и методы

Методической основой исследования стали современные концепции и научные разработки российских и зарубежных ученых, раскрывающие, во-первых, особенности формирования и функционирования региональных туристских рынков, во-вторых, роль туристской отрасли в обеспечении устойчивости развития регионов. В процессе исследования применялись традиционные приемы анализа: группировок, средних величин, статистического, факторного и маркетингового анализа.

3. Обсуждение и результаты

Сегодня рынок туристских услуг является конкурентным. Клиентоориентированный подход в ведении туристской деятельности является залогом привлечения новых клиентов и тем самым повышения экономической эффективности. Основная борьба идет за привлечение новых потребителей туруслуги. В связи с этим возникают две проблемы: готовность населения, с одной стороны, тратить деньги, с другой – заниматься туристским бизнесом. В 2022 году был проведен опрос среди населения с целью выявить: 1) желание и возможности населения заниматься туристским бизнесом; 2) желание и возможности населения путешествовать и отдыхать. В опросе приняли участие 3000 человек – жители Республики Алтай, Алтайского края, Кемеровской, Омской и Новосибирской областей.

В опросе приняло участие одинаковое количество респондентов разных возрастных групп и пола. По уровню образования респондентов условно разграничим их на три укрупненные группы: с общим образованием (10 %); средним профессиональным (46 %) и высшим (44 %). По уровню занятости выделили четыре укрупненные группы, среди которых самая малочисленная – безработные (1 %), а самая многочисленная – работающие (79 %).

Доля путешествующих респондентов представлена на [Рисунке 1](#).

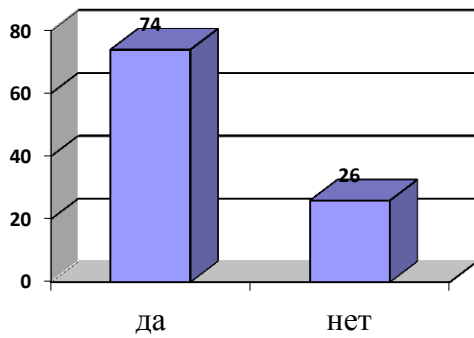


Рис. 1. Доля путешествующих респондентов, %
Источник: разработано авторами

Доля путешествующих респондентов составила 74 %, при этом 26 % населения исследуемых регионов не путешествовали никогда или за последние пять лет не выезжали за пределы своего населенного пункта, чаще всего это жители сельских территорий, путешествие которых ограничено ведением подсобного хозяйства. К этой же категории относятся пенсионеры и безработные, а также люди с кредитами.

Результаты ответов на вопрос о частоте путешествий представлены на [Рисунке 2](#).

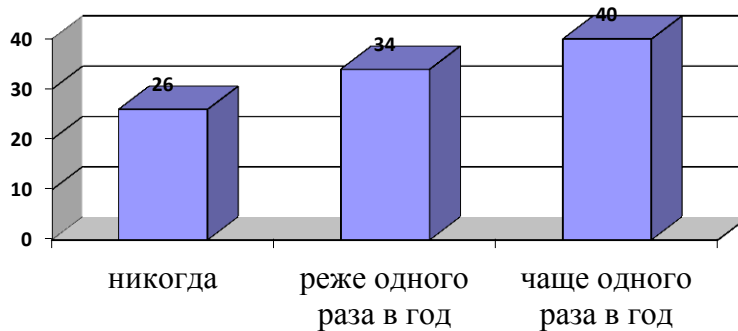


Рис. 2. Частота путешествий, %
Источник: разработано авторами

На вопрос о частоте путешествий по России были получены следующие результаты: 34 % путешествуют реже одного раза в год, 40 % респондентов совершают путешествия чаще одного раза в год, 26 % респондентов не путешествовали никогда. Отличаются полученные данные по регионам. Самыми невыездными оказались жители Республики Алтай и Алтайского края, поскольку среди них высокий процент сельских жителей и высокий уровень закредитованности регионов, что свидетельствует о низком уровне качества жизни населения. Жители Новосибирской и Омской областей чаще других путешествуют по России.

Вопрос о длительности путешествий был адресован только респондентам, ответившим положительно на вопрос о путешествиях. Результаты представлены на [Рисунке 3](#).

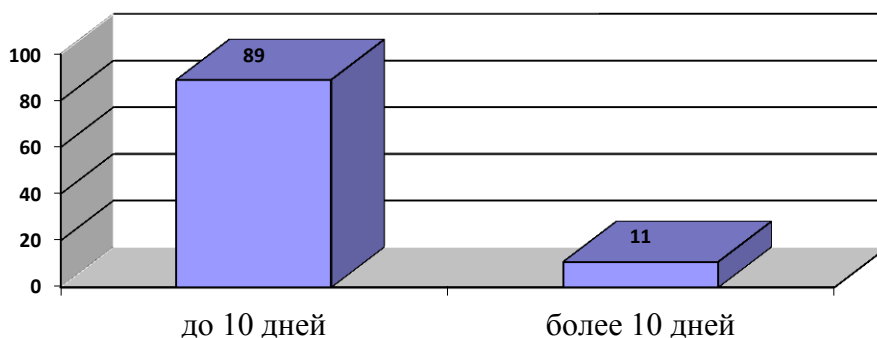


Рис. 3. Длительность путешествий (только для тех, кто путешествует), %
Источник: разработано авторами

Обработанные результаты анкет показывают, что большинство респондентов предпочитают отдых продолжительностью до 10 дней (89 %). Продолжительностью более 10 дней отдыхают всего 11 % респондентов. Короткий по продолжительности отдых свидетельствует о том, что у большей части респондентов в связи со средним уровнем доходов нет возможности отдыхать длительное время.

В настоящее время в профильной литературе выделено большое количество видов туристской деятельности, которые определяют цели путешествий, инфраструктуру и все другие показатели в этой отрасли. В представленном исследовании была сделана попытка выявить предпочтения путешественников по видам и целям путешествий (Рисунок 4).

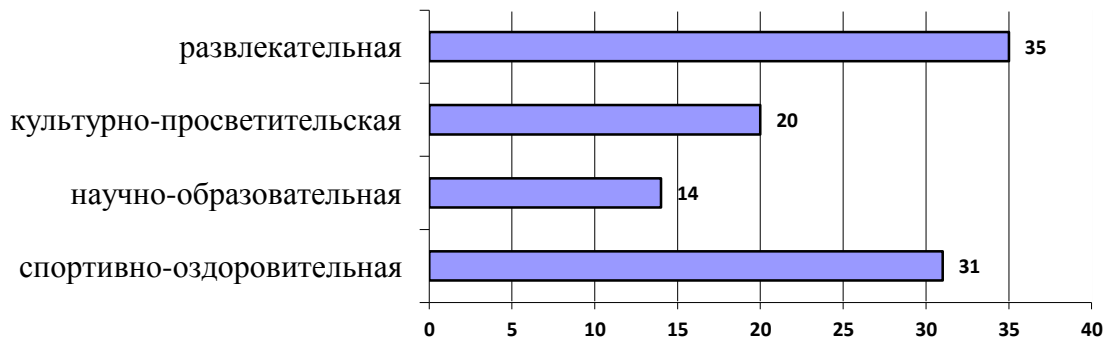


Рис. 4. Цель путешествий (только для тех, кто путешествует), %
Источник: разработано авторами

Любителей спортивно-оздоровительного отдыха среди респондентов оказалось 31 %. С целью культурного обогащения и просвещения путешествуют 20 % опрошенных. За развлечениями едет большая часть респондентов (35 %). 14 % опрошенных едут с целью познания чего-то нового.

Далее в анкете были представлены вопросы, отражающие отношение респондентов к развитию туризма в регионе. Знания о мнении жителей региона позволяет понять социальный статус туризма в регионе.

Отметим некоторые отдельные моменты, выявленные в ходе исследования. Например, различия в отношении к развитию туристской деятельности в регионе сельских и городских жителей (Таблица 1), населения разных возрастных групп (Таблица 2), а также людей с разным уровнем образования (Таблица 3).

Таблица 1. Отношение городских и сельских жителей к развитию туристской деятельности в регионе, %

Отношение	Сельское население	Городское население
Позитивное	15	48
Нейтральное	26	39
Негативное	59	13

Источник: разработано авторами

Сельское население, в отличие от городских жителей, слабо ориентировано на туристский бизнес. Среди всех сельских жителей 59 % высказались негативно о туристской деятельности в их регионе. Городские жители менее критичны в плане развития туризма (48 % позитивно настроены в отношении туризма). Для некоторых респондентов туризм является основным источником дохода (8 %).

С возрастом меняется отношение населения к развитию туристской деятельности в регионе. Например, молодежь позитивно воспринимает туристский бизнес и даже видит в этом перспективы для региона. Большинство респондентов в возрасте от 36 до 55 лет нейтрально относятся к туристскому бизнесу, а вот старшее поколение – настороженно и даже негативно. Большинство из них считают, что туризм вредит экологии и носит сезонный характер, в связи с этим малоэффективен для экономики региона.

Таблица 2. Отношение населения разных возрастных групп к развитию туристской деятельности в регионе, %

Отношение	до 35 лет	36–55	Старше 55 лет
Позитивное	72	32	8
Нейтральное	16	48	36
Негативное	12	20	56

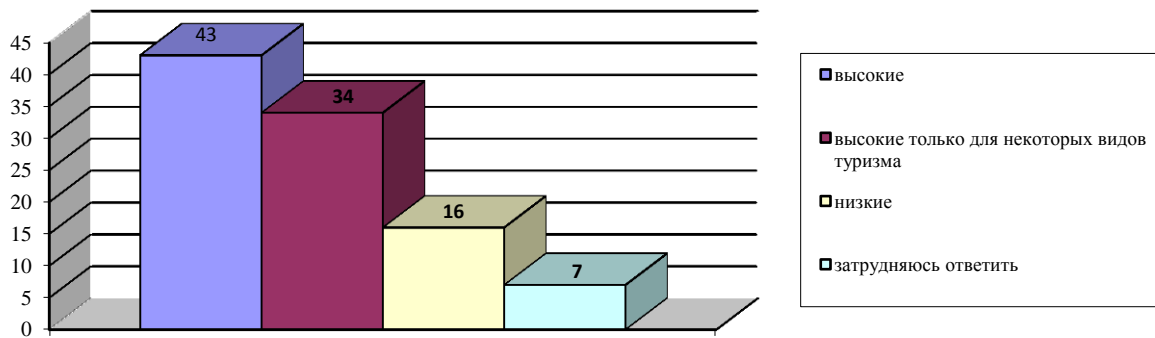
Источник: разработано авторами

Таблица 3. Отношение населения разного уровня образования к развитию туристской деятельности в регионе, %

Отношение	общее	среднее профессиональное	высшее
Позитивное	19	27	48
Нейтральное	50	46	33
Негативное	31	27	19

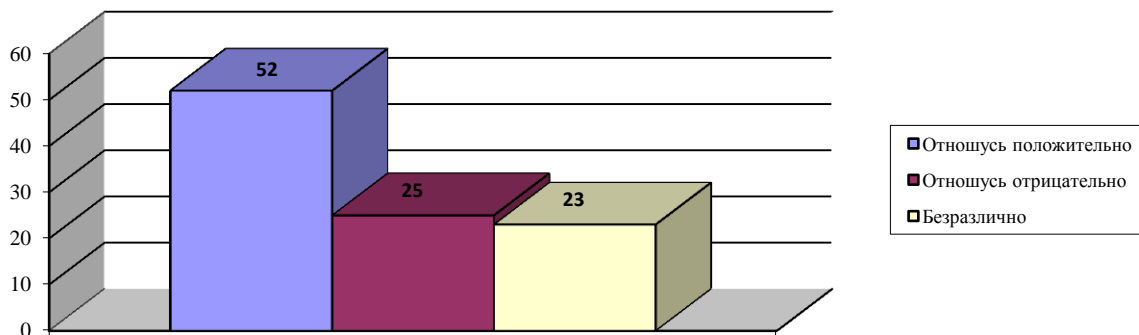
Источник: разработано авторами

Большинство респондентов с высшим образованием позитивно относятся к развитию туризма в регионе. Респонденты с общим и средним профессиональным образованием в большинстве своем сохраняют нейтральные позиции.

**Рис. 5.** Мнение респондентов о перспективах туризма в регионе, %

Источник: разработано авторами

Большинство респондентов высоко оценивают перспективы развития туризма в регионе, но здесь, стоит отметить, были выявлены региональные особенности: так, например, для Республики Алтай – развитие активных видов туризма, в Алтайском крае – бальнеологических, в Новосибирской области – деловой и научный туризм. 16 % опрошенных отмечают низкий уровень перспектив развития туризма на исследуемых территориях. В основном это жители Омской, Новосибирской областей и северных районов Алтайского края.

**Рис. 6.** Мнение респондентов об увеличении турпотока в регионе, %

Источник: разработано авторами

Большинство опрошенных относятся к возможности резкого увеличения туристского потока в регион положительно, так как видят в этом улучшение экономических показателей, создание новых рабочих мест и мультипликативный эффект в целом. Но стоит отметить и большое количество респондентов с отрицательными позициями относительно увеличения туристов в регион.

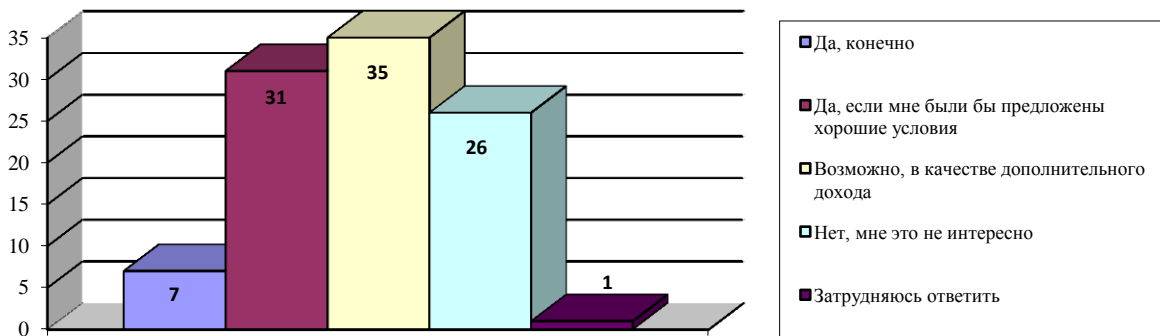


Рис. 7. Готовность участвовать в обслуживании туристов, %
Источник: разработано авторами

В качестве дополнительного дохода 35 % респондентов ответили "Да". 26 % не интересен данный вид бизнеса и 31 % согласны заниматься туристской деятельностью, если будут выгодные условия, 7 % решительно готовы заняться туристским бизнесом.

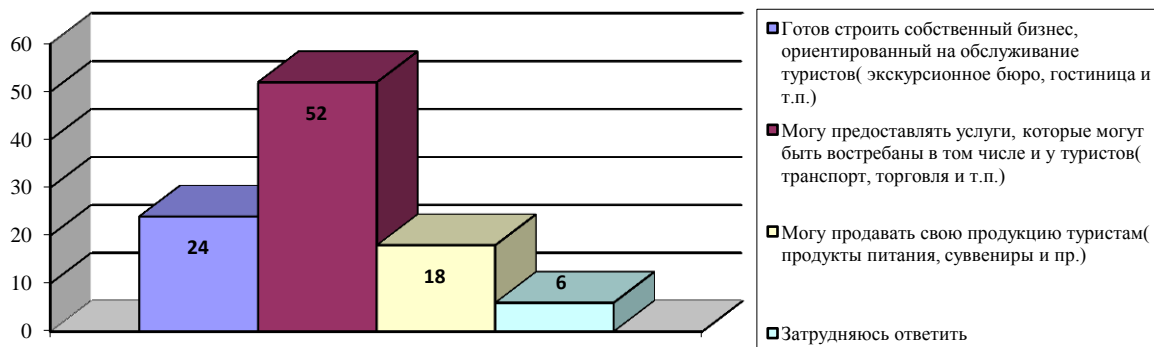


Рис. 8. Способы участия населения в организации туристского бизнеса, %
Источник: разработано авторами

Большинство опрошенных готовы принять участие в туристской деятельности, если они могут предоставлять услуги, которые будут востребованы, в том числе у туристов (52 %). 18 % респондентов готовы продавать свою продукцию туристам. 24 % опрошенных готовы строить собственный бизнес, ориентированный на обслуживание туристов.

При этом можно выделить несколько факторов, тормозящих развитие туризма в регионах. С этой целью провели экспертную оценку. Экспертам было предложено из общего перечня факторов выбрать один, наиболее значимый. В результатах отразили частоту выбора факторов, представленных в [Таблице 4](#).

Таблица 4. Экспертная оценка факторов, тормозящих развитие туризма в регионе

Фактор	Частота выбора, %	Рейтинг
плохое состояние памятников архитектуры, объектов культурно-исторического наследия и т.п.	14	3
физический и моральный износ основных фронтов туристской инфраструктуры	10	4
низкий уровень обслуживания клиентов туристской отрасли	9	5
низкий уровень ассортимента туристских услуг	4	9

Фактор	Частота выбора, %	Рейтинг
низкий уровень экологии в туристских регионах	1	12
низкий уровень транспортной доступности к туристским объектам	8	6
высокая стоимость туристских услуг	19	1
низкий уровень дифференциации туристских услуг по уровню дохода населения	3	10
низкий уровень инвестирования туристской отрасли	5	8
низкий уровень маркетинга туристских услуг в регионе	7	7
нет взаимодействия между туристскими организациями и научными центрами	2	11
низкий уровень межрегионального взаимодействия по вопросам развития туризма	3	10
снижение доходов населения	15	2

Источник: разработано авторами

В общем виде все факторы, тормозящие развитие туризма в регионе, можно условно разграничить на три большие группы:

1) низкий уровень развития туристской инфраструктуры в регионе. Туристская инфраструктура – это элементы, задействованные в реализации процесса туристской деятельности (транспорт, связь, дороги, предприятия общественного питания, места временного размещения, организации развлечения и досуга, медицинские учреждения);

2) отсутствие клиентоориентированного подхода при оказании туристской услуги (несоответствие цены и качества услуги, высокая стоимость проживания и перелета);

3) отсутствие маркетинговых стратегий при продвижении туристского продукта (слабая информированность населения о возможностях региона при оказании услуги, отсутствие туристского бренда для привлечения клиентов).

4. Заключение

Опрос показал, что большинство жителей региона относятся к туристской сфере положительно и готовы принять в этом непосредственное участие. И даже вкладывать в это собственные денежные средства.

Стоит отметить, что жители исследуемых территорий отдают отчет в том, что туристский бизнес – дело, требующее капиталовложений и постоянного повышения качества оказываемых услуг. Следовательно, не каждый в реальности готов заниматься этим видом деятельности. Но при этом большинство жителей положительно относятся к туристам и туристскому бизнесу.

Исходя из этого, следует разработать социально ориентированную туристскую стратегию, включающую в себя следующие положения: информационная политика населения, представляющая собой просвещение населения о ресурсных возможностях региона для занятия определенным видом туристского бизнеса; образовательная политика, включающая подготовку высококвалифицированных кадров для туристской отрасли региона; финансовая политика, включающая просвещение населения о финансовых инструментах в области туристского бизнеса, об инвестиционной деятельности в этой сфере; предпринимательская грамотность, отражающая особенности ведения туристского бизнеса, а также маркетинговые и управленческие особенности. Необходим системный подход к брендированию туризма в регионе как основополагающему положению социально ориентированной туристской стратегии.

Конъюнктурный анализ дает оценку перспектив развития рынка и является основой для выработки стратегии и тактики деятельности отрасли. Качество прогноза определяется тем, насколько глубоко и комплексно проведены анализы и оценка факторов формирования и развития конъюнктуры.

Однако стоит отметить, что распределение туристов по регионам происходит неравномерно, зависит от необходимых ресурсов для развития определенного вида туризма. Например, научный, деловой туризм характерен для Новосибирской области, а активные

туры – для Республики Алтай. Стратегически было бы правильным развивать инфраструктуру тех видов туризма, которые определяют туристскую специализацию региона.

С ростом туристов в регионе увеличивается спрос на сопутствующие товары, тем самым обеспечивается мультипликативный эффект. Туризм является косвенным показателем качества жизни населения, способствуя повышению привлекательности региона не только в качестве культурного объекта, но и для ведения бизнеса.

5. Благодарности

Публикация подготовлена в рамках гранта на реализацию МГИМО МИД России программы стратегического академического лидерства "Приоритет-2030".

Литература

Аршинова и др., 2022 – Аршинова А.Н., Глотко А.В., Зотова Е.Г., Игошин А.В., Леушина О.В., Лучина Н.А., Маневич Я.В., Нефёдов А.С., Попова А.А., Приставка М.В., Приходько Т.П., Протас Н.Г., Севрюков И.Ю., Шнорр Ж.П., Щетинина Н.А. Влияние современных трансформационно-интеграционных процессов на развитие отраслевых региональных рынков услуг / Монография. Курск, 2022.

Баумгартен, 2005 – Баумгартен Л.В. Анализ методов определения конкурентоспособности организаций и продукции // *Маркетинг в России и за рубежом*. 2005. №4. С. 45-49.

Ветитнев и др., 2013 – Ветитнев А.М., Романова Г.М., Торгашева А.А. Удовлетворенность российских туристов услугами курортных дестинаций // *Известия Сочинского государственного университета*. 2013. № 3. С. 28-37.

Глотко и др., 2022 – Глотко А.В., Киселев С.П., Нюрнбергер Л.Б., Петренко Н.Е., Приставка М.В., Черных Е.В., Шнорр Ж.П. Подходы к управлению устойчивым социально-экономическим развитием региона / Монография. Курск, 2022.

Дусенко, 2011 – Дусенко С.В. Социология туризма: социально-культурный аспект // *Сервис+*. 2011. №4. С. 18-26.

Информационный проект... – Информационный проект о туризме. [Электронный ресурс]. URL: <http://www.kukiani.ru>

Кротова, 2001 – Кротова Е.Л. Рекреационно-туристский комплекс региона: теория и практика реформирования. Екатеринбург: УрО РАН, 2001. 336 с.

Курнявкин и др., 2020 – Курнявкин А.В., Леушина О.В., Лучина Н.А., Нюрнбергер Л.Б., Петренко Н.Е., Севрюков И.Ю., Щетинина Н.А., Попова А.А. Организация туристской деятельности на региональном рынке / Монография. М., 2020.

Леонидова, 2017 – Леонидова Е.Г. Развитие внутреннего туризма в регионе // *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*. 2017. №2. С. 271-282.

Погребова и др., 2018 – Погребова Е.С., Глинкина Е.В., Козловский А.А. Комплексная оценка уровня удовлетворенности иностранных туристов качеством предоставления туристских услуг в городе Москве // *Сервис +*. 2018. №2. С. 73-81.

Потапова, 2016 – Потапова К.К. Влияние туризма на социально-экономическое развитие региона // *Молодой ученый*. 2016. №24. С. 219-222.

Саранча, 2015 – Саранча М.А. Туристский потенциал территории: проблематика определения сущности и структуры // *Вестник Удмуртского университета*. 2015. №1. С. 134-139.

References

Arshinova i dr., 2022 – Arshinova A.N., Glotko A.V., Zotova E.G., Igoshin A.V., Leushina O.V., Luchina N.A., Manevich Ya.V., Nefedov A.S., Popova A.A., Pristavka M.V., Prikhod'ko T.P., Protas N.G., Sevryukov I.Yu., Shnorr Zh.P., Shchetinina N.A. Vliyanie sovremennykh transformatsionno-integratsionnykh protsessov na razvitie otraslevykh regional'nykh rynkov uslug [Influence of modern transformation and integration processes on the development of sectoral regional markets for services]. Monografiya. Kursk. [in Russian]

Baumgarten, 2005 – Baumgarten, L.V. (2005). Analiz metodov opredeleniya konkurentosposobnosti organizatsii i produktsii [Analysis of methods for determining the competitiveness of organizations and products]. *Marketing v Rossii i za rubezhom*. 4: 45-49. [in Russian]

- Dusenko, 2011 – *Dusenko, S.V.* (2011). Sotsiologiya turizma: sotsial'no-kul'turnyi aspekt [Sociology of tourism: socio-cultural aspect]. *Servis+*. 4: 18-26. [in Russian]
- Glotko i dr., 2022 – *Glotko, A.V., Kiselev, S.P., Nyurenberger, L.B., Petrenko, N.E., Pristavka, M.V., Chernykh, E.V., Shnorr, Zh.P.* (2022). Podkhody k upravleniyu ustoichivym sotsial'no-ekonomicheskim razvitiem regiona [Approaches to managing sustainable socio-economic development of the region]. Monografiya. Kursk. [in Russian]
- Informatsionnyi proekt... – Informatsionnyi proekt o turizme [Information project about tourism]. [Electronic resource]. URL: <http://www.kukiani.ru> [in Russian]
- Krotova, 2001 – *Krotova, E.L.* (2001). Rekreatsionno-turistskii kompleks regiona: teoriya i praktika reformirovaniya [Recreational and tourist complex of the region: theory and practice of reforming]. Ekaterinburg: UrO RAN, 336 p. [in Russian]
- Kurnyavkin i dr., 2020 – *Kurnyavkin, A.V., Leushina, O.V., Luchina, N.A., Nyurenberger, L.B., Petrenko, N.E., Sevryukov, I.Yu., Shchetinina, N.A., Popova, A.A.* (2020). Organizatsiya turistskoi deyatel'nosti na regional'nom rynke [Organization of tourism activities in the regional market]. Monografiya. M. [in Russian]
- Leonidova, 2017 – *Leonidova, E.G.* (2017). Razvitie vnutrennego turizma v regione [Development of national tourism in the region]. *Ekonomicheskie i sotsial'nye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz.* 2: 271-282. [in Russian]
- Pogrebova i dr., 2018 – *Pogrebova, E.S., Glinkina, E.V., Kozlovskii, A.A.* (2018). Kompleksnaya otsenka urovnya udovletvorennosti inostrannykh turistov kachestvom predostavleniya turistskikh uslug v gorode Moskve [Comprehensive assessment of the level of satisfaction of foreign tourists with the quality of the provision of tourist services in the city of Moscow]. *Servis +.* 2: 73-81. [in Russian]
- Potapova, 2016 – *Potapova, K.K.* (2016). Vliyanie turizma na sotsial'no-ekonomicheskoe razvitie regiona [Influence of tourism on the socio-economic development of the region]. *Molodoi uchenyi.* 24: 219-222. [in Russian]
- Sarancha, 2015 – *Sarancha, M.A.* (2015). Turistskii potentsial territorii: problematika opredeleniya sushchnosti i struktury [Tourist potential of the territory: the problem of determining the essence and structure]. *Vestnik Udmurtskogo universiteta.* 1: 134-139. [in Russian]
- Vetitnev i dr., 2013 – *Vetitnev, A.M., Romanova, G.M., Torgasheva, A.A.* (2013). Udovletvorennost' rossiiskikh turistov uslugami kurortnykh destinatsii [Satisfaction of Russian tourists with the services of resort destinations]. *Izvestiya Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta.* 3: 28-37. [in Russian]

УДК 332.1+338.345

Исследование рынка туристских услуг в контексте устойчивого развития регионов Сибири

Лариса Борисовна Нюренбергер^a, Артём Владимирович Мальгин^b,
Никита Евгеньевич Петренко^{a,*}, Елена Николаевна Бавыкина^c

^a Новосибирский государственный университет экономики и управления «НИНХ», Новосибирск, Российская Федерация

^b Московский государственный институт международных отношений (университет) Министерства иностранных дел Российской Федерации, Москва, Российская Федерация

^c Алтайский государственный гуманитарно-педагогический университет имени В.М. Шукшина, Бийск, Российская Федерация

Аннотация. В статье рассматривается актуальная проблема, позволяющая выявить отношение общества к устойчивому развитию туризма в регионе. Основными задачами исследования являются: изучение социально-экономических аспектов развития туристской отрасли; разработка анкеты и проведение исследования, направленного на выявление мнения населения региона относительно развития туризма. Особое внимание уделено

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: nepetrenko@ro.ru (Н.Е. Петренко)

оценке факторов, тормозящих развитие туризма, что в конечном итоге сказывается на устойчивом развитии региона.

Для решения поставленных задач использовались критический и системный анализ профильной литературы. Сбор первичной информации для проведения исследования проводился посредством анкетного опроса. Информационной базой исследования выступили данные опросной статистики населения Алтайского края, Республики Алтай, Новосибирской, Омской областей. Факторы, тормозящие развитие туризма, оценены экспертами. В результате анализа было установлено неоднозначное отношение к развитию туризма в регионах, выявлено мнение респондентов об увеличении турпотока в регион, готовность местных жителей участвовать в обслуживании туристов, а также способы участия населения в организации туристской деятельности.

Полученные в ходе исследования и представленные в статье выводы могут быть использованы туристскими компаниями, органами регионального и муниципального управления при формировании стратегических документов отраслевой направленности.

Ключевые слова: регион, туризм, устойчивое развитие, клиентоориентированность, местное население, туристский рынок, развитие региона, региональная экономика.

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 51-60

www.vestnik.sutr.ru



UDC 33

The Formation of Strategic Directions for the Development of Medical and Health Tourism and the Sanatorium-Resort Complex of the Chelyabinsk Region

Matvei S. Oborin ^{a, b, c, *}

^a Perm Institute (Branch) of Plekhanov Russian University of Economics, Russian Federation

^b Perm State National Research University, Russian Federation

^c Perm State Agro-Technological University named after Academician D.N. Pryanishnikov, Russian Federation

Abstract

Sanatorium and resort activities in our country are an integral and significant part of state policy and an area of the domestic health care system. The main functions of the modern resort and recreational system, which closely interact with each other, the main purpose of which is to improve human health, quality and duration of his life, are: wellness (spa treatment); rehabilitation; preventive (prevention of chronic non-communicable diseases and training in healthy lifestyle techniques); recreational and animation.

The Chelyabinsk region, on the one hand, is often perceived as an industrial region, but on the other hand, it has a powerful recreational potential that contributes to the development of the sanatorium business. Chelyabinsk Region is practically a single recreational resort complex. There are very few people like him in the Russian Federation.

The recreational potential in the Chelyabinsk region is represented by: favorable climatic conditions for the development of medical and health tourism (the second zone of ultraviolet radiation is favorable); the presence of natural healing factors in the field that contribute to the development of the resort business (mineral waters, therapeutic sapropels, radon); the presence of a medical base and personnel that meet all modern requirements.

Main methods: economic and system analysis, expert assessment. The scientific novelty of the study lies in the application of modern approaches and methods to assess the prospects for the development of the resort and recreational potential of the region under consideration. The demand trends that can be used in the formation of new services for family recreation and treatment, children's and youth tourism are identified.

Keywords: domestic tourism, health tourism, sanatorium-resort complex, rehabilitation and rehabilitation, health improvement (spa treatment), rehabilitation, prevention.

1. Введение

Актуальность темы исследования заключается в том, что в условиях антироссийских санкций въезд во многие страны Европы, которые были популярны у российских туристов, например санатории и здравницы Чехии, на сегодня является сложным. Лечебно-оздоровительный туризм становится популярным направлением внутреннего туризма, поэтому государство в целом и регионы в частности обязаны создать все необходимые

* Corresponding author

E-mail addresses: recreachin@rambler.ru (M.S. Oborin)

условия для его развития. Речь идет о разработке основных стратегических направлений развития лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного комплекса.

Научная новизна исследования заключается в применении современных подходов и методов к оценке перспектив развития курортно-рекреационного потенциала рассматриваемого региона. Определены тенденции спроса, которые могут использоваться при формировании новых услуг для семейного отдыха и лечения, детского и юношеского туризма.

2. Материалы и методы

В процессе исследования использовались методы экономического и системного анализа, статистические методы, метод экспертных оценок, а также применялись комплексные логические подходы к изучению вопросов развития лечебно-оздоровительного и туристского комплексов. Статья написана на основе анализа нормативно-правовых документов, программ и мероприятий, направленных на развитие туристско-рекреационной сферы Челябинской области.

3. Обсуждение и результаты

Челябинская область всегда была и является в настоящее время промышленным регионом, поэтому многие обыватели, да и специалисты в туристской сфере не связывают край с туристским центром. Однако природные условия, богатая флора и фауна, большое количество исторических памятников и ценностей, богатая культура народностей, проживающих на территории области, позволяют сделать вывод о высоком потенциале этого региона в туристской сфере.

Региональные власти разработали систему мероприятий, которая должна была повысить конкурентоспособность Челябинской области в туристской сфере, увеличить доходы бюджета за счет въездного туризма, повысить денежные притоки в регион, в том числе отдельный комплекс мер был посвящен развитию лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного комплекса. В систему предложенных мероприятий входили следующие: создание реальной функционирующей нормативно-правовой базы на уровне субъекта РФ, регулирующей отношения в сфере туризма; усовершенствование Стратегии социально-экономического развития Челябинской области с включением решения данного вопроса; разработка целевой программы развития туризма в Челябинской области, обоснованной системы показателей оценки туристского потенциала территорий; проведение мероприятий по кадровым, инвестиционным, информационным, рекламным и другим вопросам. Надо сказать, что по состоянию на начало 2021 г. большинство из предложенных мероприятий не реализовано (Ларионов, 2019).

В регионе в 2017 г. принят Закон Челябинской области от 09.03.2006 № 509-ЗО от 28.02.2017 г. «О содействии развитию туризма в Челябинской области», функционирует Агентство по туризму и молодежной политике, а также туристский информационный центр Челябинской области. Разрабатываются политика, план мероприятий на год, составляются отчеты, но все это является скорее формальным, так как до настоящего времени Челябинская область у жителей страны не ассоциируется с туризмом, а потому не вызывает интереса у российских туристов. Это подтверждается невысоким количеством экскурсий по области. Кроме того, жители области также предпочитают лечебно-оздоровительные мероприятия проводить в других регионах страны.

В 2022 году Агентством социальных исследований «СВОИ» был проведен опрос субъектов санаторно-курортной деятельности и рынка лечебно-оздоровительного туризма, согласно которому было выявлено, что к 2023 году планируется повышение уровня эффективности развития отрасли, повышение показателей до результатов начала кризиса, вызванного пандемией коронавируса. Реализация намеченных целей вполне осуществима, невзирая на факторы роста увеличения числа заболевших граждан. Население постепенно адаптировалось к ограничительным условиям из-за пандемии, с течением времени по многим направлениям перестали требовать паспорта здоровья и тесты об отсутствии заболевания, что способствовало повышению спроса на туры.

В Челябинской области, как и в других регионах, сохраняются все предпосылки для эффективного развития лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного комплекса (Зырянов, 2020).

Среди факторов роста можно отметить увеличение спроса на туры в санаторные комплексы с целью реабилитационного лечения и повышения иммунитета после

перенесенной инфекции, а также восстановления психического состояния, подверженного долгому стрессу в период пандемии. Еще одним стимулом повышения спроса на покупку туристских путевок станет специально разработанная программа повышенной отсроченной скидки, возвращаемая клиенту по истечении периода, за покупку билетов, оплату отелей и прочие туристские услуги. Также можно отметить, что в основном спрос на туристские туры наблюдается среди молодежи, семей с детьми и трудоспособных граждан. В 2023 году, когда влияние негативных факторов коронавирусной инфекции пошло на спад, население страны стало более бережно относиться к своему здоровью, предпочитая поездки оздоровительного характера в комплексе с развлекательными турами (Овчаров, 2021).

В связи с тем, что в период развития пандемии многие зарубежные туристские направления стали недоступны, возрос спрос населения на внутренние туристские направления. Это, в свою очередь, подвигло отечественные санаторно-курортные комплексы повышать уровень сервиса и качества обслуживания, расширять спектр туристских услуг, разрабатывать новые развлекательные программы, соответствующие современным тенденциям и не уступающие зарубежным подходам (Акимов, 2020).

В данный период большой процент населения России сталкивается с «постковидным синдромом», который характеризуется хронической усталостью, тревожностью, неустойчивым настроением, нарушением сна, дыхательными проблемами и другими негативными факторами, снижающими иммунитет, что вызывает необходимость разработки специальных оздоровительно-лечебных программ, позволяющих в короткий срок избавиться от негативных последствий перенесенной инфекции и повысить общий иммунитет.

В настоящее время семьи с детьми предпочитают путешествовать вместе, не пользуясь сторонними услугами по заботе о детях. Поэтому учреждениям санаторно-курортного комплекса необходимо разработать специальные развлекательные программы, удовлетворяющие потребности как взрослых, так и детей (Карпова, 2018):

- программы выходного дня предназначены для отдыха и оздоровления в течение нескольких дней, когда семья может отдохнуть, восстановить силы, пройти комплекс оздоровительных процедур, массажей, что благотворно скажется на общем состоянии организма;

- групповые лечебные программы сочетают в себе такие направления, как йога, специальные дыхательные упражнения, сочетание специальной гимнастики с упражнениями на растяжку и прочие. Такие программы рассчитаны обычно на недельный период с проведением оздоровительных процедур со специально обученным тренером. Групповые поездки такого типа включают программы по процессу уединения и самопознания, меню правильного питания, занятия по аэробике и плаванию.

Спрос на лечебно-оздоровительные туры стремительно растет в последние годы. Профилактика, восстановление и комплекс лечебно-профилактических мероприятий, направленных на укрепление иммунитета, упрочили свои позиции в сфере санаторно-курортного лечения (Анопченко, 2020).

В период развития коронавирусной инфекции в 2022 году, повышенной тревожности и стресса, граждане стали уделять больше внимания своему здоровью. Раньше основными потребителями лечебно-оздоровительных услуг санаторно-курортных комплексов обычно являлись представители старшего поколения, а в настоящее время спрос на данные услуги стремительно растет и у молодого поколения. Для привлечения граждан разной возрастной категории санаторно-курортные комплексы должны постоянно совершенствоваться и развивать уровень сервиса и качества обслуживания, разрабатывать новые современные развлекательные программы (Савельева, 2020).

Не последнюю роль в данном направлении играет процесс внедрения современных цифровых технологий в санаторно-курортную отрасль, позволяющих выбирать отель, покупать билеты, знакомиться с оздоровительными программами в спокойной атмосфере, без спешки у себя дома, через любое портативное мобильное устройство или компьютер.

Одним из сдерживающих факторов является необходимость предоставления справки об отсутствии контактов с инфекционными больными, которая являлась обязательной при заселении в санаторно-курортное учреждение в 2020 году, что напрямую связано с санитарно-эпидемиологическим благополучием населения.

По прогнозам специалистов, в 2022 году должен был увеличиться спрос на активные виды отдыха и экскурсионные туры, также способствующие физическому и психологическому оздоровлению.

Следует заметить, что пропаганда и популяризация программ здорового образа жизни, направленных на профилактику болезней и укрепление здоровья, также способствует росту спроса на услуги санаторно-курортных комплексов. До населения должно быть донесено, что намного разумнее предупредить развитие заболевания на его начальной стадии, провести процедуры по реабилитации и восстановлению организма, принять профилактические процедуры по укреплению иммунитета, а не дотягивать до развития хронических заболеваний, ухудшающих состояние здоровья. Препятствовать повышению спроса на услуги санаторно-курортных комплексов может рост цен на предоставляемые услуги, а также новая волна развития коронавирусной инфекции.

Таким образом, основными предпосылками является интерес туристов к лечебным программам, особенно к программе «Восстановление после Covid-19».

В 2023 году перспективным направлением по-прежнему являются туристские туры в санаторно-курортные комплексы страны, где можно не только отдохнуть, но и поправить здоровье.

В Челябинской области в 2022 г. появился региональный центр проектного развития территорий и туризма, ставший ядром для всех заинтересованных в развитии туристской отрасли структур. Уже сегодня он синхронизирует развитие туризма, занимается разработкой стратегических документов, которые позволят включиться в профильный национальный проект (Гиттис, 2020).

Лечебно-оздоровительный туризм – это не только способ продвижения, это большая кросс – функциональная дисциплина. Если посмотреть на структуру национального проекта, можно четко проследить связь между инфраструктурой и этой сферой туризма: 80% бюджетных средств, которые выделяются, идут на инфраструктуру. Поэтому главная цель – создание условий для развития санаторно-курортного комплекса. Задача состоит в том, чтобы стать ядром, которое объединит всех, поставит всех на одни рельсы в рамках одной площадки, чтобы все учреждения санаторно-курортного комплекса синхронно могли двигаться к достижению наших целей.

Основной блок работы центра – разработка стратегических документов. Не так давно специалисты центра начали заниматься мастер-планированием ключевых территорий, которые в конечном итоге лягут в основу нескольких крупных программ развития. Речь идет о таких якорных территориях, как территории реки Ай, Аркаим, озеро Тургояк и др. Это те ключевые объекты туристской привлекательности в области оздоровительного туризма, которые уж попали в периметр работы регионального центра проектного развития территорий и туризма.

В 2023 г. центр планирует приступить к разработке мастер-планов этих территорий. Это комплексные документы стратегического развития этих территорий на ближайшую перспективу. В целом разработка мастер-планов осуществляется на уровне всей страны. Ростуризм выделил макртуристские регионы, в том числе Большой Урал. В 2022–2023 гг. Федеральное агентство по туризму будет разрабатывать мастер-планы макрорегионов, для того чтобы власти, которые отвечают за развитие туризма на местах, могли четко понимать, какие проблемы в регионах имеют наиболее серьезный уровень. Также это позволит создать карту туристской специализации регионов и понимать, какие регионы и в каком объеме необходимо финансировать.

Центру предстоит декомпонировать глобальные мастер-планы от уровня Федерации до уровня макрорегионов, а затем уже до уровня региона.

Южный Урал находится на 16 месте в топ-20 Национального туристского рейтинга в числе лучших регионов по оказанию лечебно-оздоровительных услуг. В то же время туристские ресурсы Челябинской области нуждаются в совершенствовании и обновлении.

В индустрии туризма области принимает участие 1200 субъектов предпринимательской деятельности. Число занятых граждан в регионе составляет до 17 тысяч человек. В 2019 году объем реализованных населению гостинично-туристских услуг составил 11,8 млрд рублей, а инвестиции в основной капитал туристской отрасли превысили 5 млрд рублей.

Рекреационная терапия как обобщающее понятие представляет собой систематический процесс, который использует отдых (досуг) и другие виды деятельности в качестве вмешательств для удовлетворения оцененных потребностей людей с заболеваниями и/или инвалидизирующими состояниями как средство психологического и физического здоровья, восстановления и благополучия (Волков, 2022).

Медицинский туризм в нашей стране на сегодняшний день не получил активного развития, при этом к 2024 году поставлены государственные задачи по повышению экспорта услуг здравоохранения до 4 раз, что потребует не менее миллиона долларов в год.

Экспорт медицинских услуг и медицинский туризм – неоднородные понятия и отличаются характерными особенностями. Экспорт медицинских услуг направлен на потребление медицинских услуг: например, на определенную территорию прибыли граждане других регионов или иностранцы и им была оказана медицинская услуга, что носит временный характер на время присутствия гражданина на данной территории. Что касается медицинского туризма, то комплекс услуг данной сферы намного больше.

К примеру, если рассматривать процедуру экстракорпорального оплодотворения, требующую того, чтобы пациент находился вблизи от лечебного учреждения, то при этом пациент во время прохождения процедур может знакомиться с достопримечательностями территории (Лапа, 2019).

Следует также отметить особую активность больных в санаторно-курортных учреждениях. На примере работы санаторно-курортных зон Сочи и Минеральных Вод можно наблюдать преимущества освоения территорий в туристском направлении параллельно с принятием лечебных процедур.

Данный практический опыт целесообразно перенять и курортным территориям Южного Урала, представляющим в былые времена санаторно-курортную зону всего промышленного Урала. К местным природным достопримечательностям приезжали граждане, для которых была нежелательна резкая смена климата, из Екатеринбург, Тюмени, Перми и северных регионов для получения реабилитационных процедур. В связи с этим было бы эффективно на данных территориях расширить комплекс оказываемых лечебно-оздоровительных и развлекательных услуг для клиентов такого типа.

1. Оздоровительный (70 %). Это в первую очередь санаторно-курортное лечение (в области 12 здравниц, в том числе 5 санаториев). Наиболее известные из них – Дальняя дача, Кисегач, Увильды. Дома и базы отдыха на озерах богаты бальнеологическими ресурсами.

2. Спортивный (53 %). Это в первую очередь туризм в горнолыжных центрах, которых в нашей области насчитывается 17. Наиболее известные из них – Завьялиха, Аджигардак, Солнечная долина и ближайший к нам – Егоза. Еще один вид спортивно-познавательного туризма – спелеологический. В области насчитывается более 450 пещер. Наиболее известные – Сикияз-Тамакский пещерный комплекс, Игнатьевская пещера, Сугомакская пещера (г. Кыштым), карстовая пещера Кургазакская.

3. Приключенческий (40 %). Туристские фирмы предлагают конные, веломаршруты по горной северо-западной части нашей области, сплавы по рекам Юрюзань, Аи, Сим, Урал.

4. Культурно-познавательный (64 %). Туры по городам области – Челябинск, Миасс, Златоуст, Кыштым, Касли и другие. А также посещение археологического комплекса «Страны городов», включающего 20 памятников начала 2 тысячелетия до нашей эры, наиболее известные из которых – Аркаим и Синташтинское поселение.

5. Экологический (33 %). В области остро стоят экологические проблемы, поэтому аналогичное направление связано с посещением национальных парков «Таганай», «Зюраткуль».

6. Промысловый (3 %). Огромные возможности в области для охотников и рыболовов: площадь только охотничьих угодий составляет 5600 га. На территории области находится 44 заказника. Охотничьи и рыболовные базы могут принять одновременно 1737 человек (Баснина, 2021).

Таким образом, предложения туристских фирм охватывают все направления внутреннего туризма по нашей области. Основной спрос у потребителей услуг направлен на оздоровительный туризм, культурно-познавательный и спортивный.

В Таблице 1 представлена классификация видов рекреационной деятельности (Грошев, 2019).

Так, на территории Челябинской области расположены следующие санаторно-курортные комплексы:

- на расстоянии 40 км от Челябинска, рядом с поселком городского типа Еткуль, на берегу лесного озера Боровушка расположен Спортивно-оздоровительный комплекс «Лесная сказка». Территорию санатория окружает сосновый бор (Силин, 2020).

Спортивно-оздоровительный комплекс «Лесная сказка» состоит из двух новых красиво оформленных жилых корпусов, административного корпуса, ресторана, медицинского корпуса;

Таблица 1. Классификация видов рекреационной деятельности

Классификационный признак	Содержание признака
По потребностям в - восстановлении; - лечения и профилактике; - оздоровлении; - физическом развитии и самоутверждении; - познании в духовном развитии	- лечебно-курортная; - оздоровительная; - спортивная; - паломническая; - познавательная; - развлекательная; - комбинированная
По естественным лечебным факторам: - климат; - минеральные воды; - лечебные грязи	- климатолечебная; - бальнеолечебная; - грязелечебная; - комбинированная

- многопрофильный Центр медицины и реабилитации "Курорт Увильды" находится в Аргаяшском районе Челябинской области на границе среднего и южного Урала на юго-восточном берегу озера Увильды, раскинувшегося у подножия гор Юрма и Черемшанка. С башкирского «Увильды» переводится как «голубая чаша». Озеро Увильды – это памятник природы с 1969 года. Средняя глубина озера – 15 метров, но самое глубокое место – 38 метров;

- спортивный оздоровительный комплекс «Метелица» расположен в живописном лесном месте (п. Черемшанка), в 4 км от города Верхний Уфалей Челябинской области. Горная зона этой части Урала издревле зовется «Уральской Швейцарией». Комплекс имеет две оборудованные подъемником лыжные трассы разной сложности шириной 40-60 метров, протяженность основного спуска составляет 400 метров, спуска с препятствиями – 500 метров, перепад высот на них до 75 метров, также на горе расположены две тюбинговые трассы с отдельными подъемниками длиной 350 метров;

- оздоровительный комплекс «Аленушка» (открыт в 1973 году) расположен в 90 км к западу от г. Челябинска, недалеко от г. Чебаркуля, в сосновом бору, на берегу оз. Большой Еланчик. Комплекс объединяет детский оздоровительный лагерь (на 360 отдыхающих), комфортабельную базу отдыха (до 100 человек) и санаторно-курортную зону (120 человек). Общая площадь территории – 2 000 000 кв. м. Комплекс работает круглогодично.

Если рассматривать лечебно-оздоровительный туризм как туристский проект, то это не только лечебные процедуры, природа и достопримечательности (Трифонова, 2018), но и современная транспортная логистика, гостиницы, рестораны, кафе, места отдыха, парки, комплекс развлекательных мероприятий, создание новых рабочих мест, оптимальные условия для развития малого и среднего предпринимательства, что в целом играет значимую роль в направлении социально-экономического развития территории. Благоустроенные туристские зоны важны в первую очередь для повышения уровня благосостояния и комфорта местного населения (Донскова, 2020).

В ходе разработки концепции развития лечебно-оздоровительного туризма в Челябинской области необходимо провести обзор туристских зон муниципалитетов, координировать отношения с субъектами деятельности туристской отрасли, органами местной власти, экспертами и представителями федеральных органов исполнительной власти.

В процессе налаживания координационных связей важную роль играет участие региона во Всероссийском конкурсе туристско-рекреационных кластеров АСИ, где можно получить материалы по подготовке необходимой регламентной документации, составлению методологии ведения учета и подготовки отчетности касаясь кластерного развития санаторно-курортного комплекса.

В развитии индустрии санаторно-курортного туризма в регионе значимую роль играет развитие следующих туристских направлений: экологический, рекреационный, горнолыжный, санаторно-курортный и культурно-познавательный туризм. По данным туристским направлениям в настоящее время в регионе сформированы приоритеты

концепции развития индустрии туризма. Особое значение в развитии индустрии туризма в регионе имеет промышленный туризм, для эффективного развития которого разрабатываются проекты по строительству экскурсионных площадок (Tsepilova, 2020).

На сегодняшний день основной приоритетной целью региона является выявление наиболее перспективных направлений развития, разработка инвестиционных проектов на территориях развития, отличающихся наибольшим потенциалом, где особенно эффективными станут меры государственной поддержки для привлечения дополнительных инвестиций в регион.

4. Заключение

В современном обществе растет осознание важности и значимости здорового образа жизни. Забота о здоровье, повышение жизненной активности стали неотъемлемой частью современной системы ценностей.

В системе национального здравоохранения значимую роль играет медицинская помощь, осуществляемая в профилактических, лечебных и реабилитационных целях на основе использования природных лечебных факторов, при помощи которых проводят профилактическое лечение, своевременно выявляют развивающееся заболевание, проводят реабилитационные процедуры. Развитие санаторно-курортной системы направлено на снижение уровня общей заболеваемости населения посредством обеспечения качественной санаторно-курортной помощи.

Причинами столь низких показателей въездного туризма в 2021 г. стали слабая поддержка туризма органами государственной и местной власти, слабая осведомленность туристов из других городов о Челябинской области, недостаточно развитая туристская инфраструктура, в том числе санаторно-курортных комплексов, плохие дороги, отсутствие качественного сервиса. На уровне субъекта РФ отсутствует единая информационная система о развитии туризма, законы и другие подзаконные акты носят декларативный характер, нет системы взаимодействия общества, государственной и местной власти, бизнес-структур в сфере туризма, проводимые мероприятия разрозненны, недостаточный опыт и квалификация кадров туристских компаний и служащих Министерства.

В качестве предложения по повышению эффективности лечебно-оздоровительного туризма в регионе можно добавить цифровизацию сферы туризма, мероприятия по созданию единой информационной системы и созданию единого портала о туризме в Челябинской области, разработку инвестиционной программы по развитию туризма, где инвесторами бы выступали субъект РФ, крупный бизнес и туристские компании, программы по развитию всех направлений внутреннего туризма, в том числе и лечебно-оздоровительного. В глобальном смысле общество, государство и туристский бизнес должны изменить мышление и научиться относиться к своему родному краю как к «жемчужине» туризма, научиться беречь свои богатства и исторические, культурные традиции, обычаи и достопримечательности, а также здоровье населения. Только тогда можно будет заинтересовать туристов со всех уголков России и даже из других стран путешествовать по Челябинской области, в том числе повышать уровень медицинского туризма и лечебно-оздоровительного туризма.

Литература

Акимов и др., 2020 – Акимов О.С., Волкова А.К., Дунец А.Н. Особенности дестинаций лечебно-оздоровительного туризма в Алтайском крае // *Российский экономический интернет-журнал*. 2020. № 2. С. 2.

Анопченко, 2020 – Анопченко Т.Ю. Подходы к оценке эффективности управления туристско-рекреационной деятельностью на микро- и мезоэкономическом уровнях // *Региональные проблемы преобразования экономики*. 2020. № 113(3). С. 130-135.

Баснина и др., 2021 – Баснина Т.Д., Валитова Л.А., Шерешева М.Ю. Управление российским санаторно-курортным комплексом: основные проблемы и тенденции развития // *Управленец*. 2021. № 12(1). С. 62-77.

Волков, 2022 – Волков Л.Д. Лечебно-оздоровительные центры Южного Урала // *Уральский туристско-краеведческий вестник*. 2022. № 2. С. 4.

Гиттис, Филиппов, 2020 – Гиттис М.С., Филиппов А.Г. Аша, Верхнеуральск, Сатка, Усть-Катав, Златоуст // *Туризм и отдых на Южном Урале*. 2020. С. 2-26.

Грошев, Пелихов, 2019 – Грошев А.Р., Пелихов Н.В. Кластерные инициативы: системные особенности становления, развития и управления // *Лидерство и менеджмент*. 2019. 6(2). С. 91-106.

Донскова и др., 2020 – Донскова Л.И., Редькин А.Г., Макаров А.А. Вопросы государственного регулирования туризма: обзор публикаций зарубежных авторов // *Наука и туризм: стратегии взаимодействия*. 2020. № 1(12). С. 5-13.

Зырянов, 2020 – Зырянов А.И. Развитие туристско-рекреационной сферы с учетом эпидемиологических рисков // *Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм*. 2020. №4(8). С. 34-42.

Карпова и др., 2018 – Карпова Г.А., Долматеня Ю.В., Ткачев В.А. Проблемы развития санаторно-курортного комплекса в условиях трансформации российской экономики // *Сервис в России и за рубежом*. 2018. №5. С. 95-117.

Лапа, Дубровина, 2019 – Лапа Е.А., Дубровина Н.А. Анализ кластеризации и инновационной активности хозяйствующих субъектов туристско-рекреационной сферы // *Международный журнал прикладных наук и технологий «Integral»*. 2019. № 1. С. 226-228.

Ларионов, 2019 – Ларионов В.А. Вопросы финансовой привлекательности и оценки лояльности потребителей гостиничных услуг класса люкс // *Финансовые исследования*. 2019. № 4 (65). С. 268-279

Овчаров, 2021 – Овчаров А.О. К вопросу о совершенствовании статистического учета туристских поездок в условиях кризиса // *Вопросы статистики*. 2021. № 28(2). С. 67-79.

Савельева и др., 2020 – Савельева Н.А., Колесников Р.В., Шмелева Т.В. Медицинский туризм: вопросы терминологии // *Вестник Евразийской науки*. 2020. Т. 12. №2. С. 66.

Силин, Анимица, 2020 – Силин Я.П., Анимица Е.Г. Эволюция парадигмы региональной экономики // *Journal of New Economy*. 2020;21(1):5–28.

Трифонова, 2018 – Трифонова А.Д. Современные тенденции развития санаторно-курортного комплекса // *Современные научные исследования и инновации*. 2018. №10. С. 65-72.

Tsepilova, 2020 – Tsepilova E.S. Improving the Methodology for Evaluating the Effectiveness of Special Economic Zones of Tourist and Recreational Type // *Sochi Journal of Economy*. 2020. 14(3): 323-333.

References

Akimov i dr., 2020 – Akimov, O.S., Volkova, A.K., Dunets, A.N. (2020). Osobennosti destinatsii lechebno-ozdorovitel'nogo turizma v Altaiskom krae [Peculiarities of health tourism destinations in the Altai Territory]. *Rossiiskii ekonomicheskii internet-zhurnal*. 2: 2. [in Russian]

Anopchenko, 2020 – Anopchenko, T.Yu. (2020). Podkhody k otsenke effektivnosti upravleniya turistsko-rekreatsionnoi deyatel'nost'yu na mikro- i mezoekonomicheskom urovnyakh [Approaches to assessing the effectiveness of managing tourist and recreational activities at the micro- and mesoeconomic levels]. *Regional'nye problemy preobrazovaniya ekonomiki*. 113(3): 130-135. [in Russian]

Basnina i dr., 2021 – Basnina, T.D., Valitova, L.A., Sheresheva, M.Yu. (2021). Upravlenie rossiiskim sanatorno-kurortnym kompleksom: osnovnye problemy i tendentsii razvitiya [Management of the Russian sanatorium-resort complex: main problems and development trends]. *Upravlenets*. 12(1): 62-77. [in Russian]

Donskova i dr., 2020 – Donskova, L.I., Red'kin, A.G., Makarov, A.A. (2020). Voprosy gosudarstvennogo regulirovaniya turizma: obzor publikatsii zarubezhnykh avtorov [Issues of state regulation of tourism: a review of publications of foreign authors]. *Nauka i turizm: strategii vzaimodeistviya*. 1(12): 5-13. [in Russian]

Gittis, Filippov, 2020 – Gittis, M.S., Filippov, A.G. (2020). Asha, Verkhneural'sk, Satka, Ust'-Katav, Zlatoust [Asha, Verkhneural'sk, Satka, Ust'-Katav, Zlatoust]. *Turizm i otdykh na Yuzhnom Urale*. Pp. 2-26. [in Russian]

Groshev, Pelikhov, 2019 – Groshev, A.R., Pelikhov, N.V. (2019). Klasternye initsiativy: sistemnye osobennosti stanovleniya, razvitiya i upravleniya [Cluster initiatives: system features of formation, development and management]. *Liderstvo i menedzhment*. 6(2): 91-106. [in Russian]

Karpova i dr., 2018 – Karpova, G.A., Dolmatenya, Yu.V., Tkachev, V.A. (2018). Problemy razvitiya sanatorno-kurortnogo kompleksa v usloviyakh transformatsii rossiiskoi ekonomiki [Problems of development of the sanatorium complex in the conditions of transformation of the Russian economy]. *Servis v Rossii i za rubezhom*. 5: 95-117. [in Russian]

Lapa, Dubrovina, 2019 – Lapa, E.A., Dubrovina, N.A. (2019). Analiz klasterizatsii i innovatsionnoi aktivnosti khozyaistvuyushchikh sub"ektov turistsko-rekreatsionnoi sfery [Analysis of clustering and innovative activity of business entities in the tourism and recreational sector.] *Mezhdunarodnyi zhurnal prikladnykh nauk i tekhnologii «Integral»*. 1: 226-228. [in Russian]

Larionov, 2019 – Larionov, V.A. (2019). Voprosy finansovoi privlekatel'nosti i otsenki loyal'nosti potrebitelei gostinichnykh uslug klassa lyuks [Issues of financial attractiveness and loyalty assessment of consumers of luxury hotel services]. *Finansovye issledovaniya*. 4(65): 268-279 [in Russian]

Ovcharov, 2021 – Ovcharov, A.O. (2021). K voprosu o sovershenstvovanii statisticheskogo ucheta turistskikh poezdok v usloviyakh krizisa [To the issue of improving the statistical accounting of tourist trips in a crisis]. *Voprosy statistiki*. 28(2): 67-79. [in Russian]

Savel'eva i dr., 2020 – Savel'eva, N.A., Kolesnikov, R.V., Shmeleva, T.V. (2020). Meditsinskii turizm: voprosy terminologii [Medical tourism: issues of terminology]. *Vestnik Evraziiskoi nauki*. T. 12. 2: 66. [in Russian]

Silin, Animitsa, 2020 – Silin, Ya.P., Animitsa, E.G. (2020). Evolyutsiya paradigmy regional'noi ekonomiki [Evolution of the Regional Economy Paradigm]. *Journal of New Economy*. 21(1): 5-28. [in Russian]

Trifonova, 2018 – Trifonova, A.D. (2018). Sovremennye tendentsii razvitiya sanatorno-kurortnogo kompleksa [Modern trends in the development of the sanatorium-resort complex]. *Sovremennye nauchnye issledovaniya i innovatsii*. 10: 65-72. [in Russian]

Tsepilova, 2020 – Tsepilova, E.S. (2020). Improving the Methodology for Evaluating the Effectiveness of Special Economic Zones of Tourist and Recreational Type. *Sochi Journal of Economy*. 14(3): 323-333.

Volkov, 2022 – Volkov, L.D. (2022). Lechebno-ozdorovitel'nye tsentry Yuzhnogo Urala [Therapeutic and health-improving centers of the Southern Urals]. *Ural'skii turistsko-kraevedcheskii vestnik*. 2: 4. [in Russian]

Zyryanov, 2020 – Zyryanov, A.I. (2020). Razvitie turistsko-rekreatsionnoi sfery s uchedom epidemiologicheskikh riskov [Development of the tourist and recreational sphere, taking into account epidemiological risks]. *Professorskii zhurnal. Seriya: Rekreatsiya i turizm*. 4(8): 34-42. [in Russian]

УДК 33

Формирование стратегических направлений по развитию лечебно-оздоровительного туризма и санаторно-курортного комплекса Челябинской области

Матвей Сергеевич Оборин ^{a, b, c, *}

^a Пермский институт (филиал) Российского экономического университета им. Г.В. Плеханова, Российская Федерация

^b Пермский государственный национальный исследовательский университет, Российская Федерация

^c Пермский государственный аграрно-технологический университет имени академика Д.Н. Прянишникова, Российская Федерация

Аннотация. Санаторно-курортная деятельность в нашей стране – это неотъемлемая значимая часть государственной политики и область отечественной системы здравоохранения. Основными, тесно взаимодействующими друг с другом функциями современной курортно-рекреационной системы, главная цель которой – повышение здоровья человека, качества и продолжительности его жизни, являются: оздоровительная (санаторно-курортное лечение), реабилитационная, превентивная (профилактика хронических неинфекционных заболеваний и обучение методикам здорового образа жизни), рекреационно-анимационная.

* Корреспондирующий автор

Адрес электронной почты: recreachin@rambler.ru (М.С. Оборин)

Челябинская область, с одной стороны, часто воспринимается как промышленный регион, но, с другой стороны, обладает мощным рекреационным потенциалом, способствующим развитию санаторно-курортного дела. Челябинская область – это практически единый рекреационный курортный комплекс. Подобных ему в Российской Федерации сохранилось очень немного.

Рекреационный потенциал в Челябинской области представлен: благоприятными климатическими условиями для развития лечебно-оздоровительного туризма (вторая зона ультрафиолетового излучения – благоприятная); наличием в области лечебных природных факторов, способствующих развитию курортного дела (минеральные воды, лечебные сапропели, радон); наличием медицинской базы и кадров, отвечающих всем современным требованиям.

Основные методы: экономический и системный анализ, экспертная оценка.

Ключевые слова: внутренний туризм, лечебно-оздоровительный туризм, санаторно-курортный комплекс, восстановление и реабилитация, оздоровление (санаторно-курортное лечение), реабилитация, профилактика.

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 61-68

www.vestnik.sutr.ru



UDC 379.85

Forecasting of Tourism Development in the Kirov Region

Alina K. Sintsova ^{a, *}, Alyona I. Smetanina ^a

^aVyatka State University, Russian Federation

Abstract

The article analyses the statistical data on the Kirov region in the sphere of tourism and hotel business. In modern terms, planning and forecasting at the regional level are of particular relevance. Using the method of least squares the dynamics of tourist services demand has been estimated for the years 2022–2023. Positive growth of such selected indicators as the number of tour packages sold to the population in the Kirov region was determined. The number of persons located in collective accommodation facilities was revealed. This work will make it possible to assess the future state of the tourism market in the region, which has been experiencing significant changes over the past few years. Forecasting is one of the most important and key stages in the operation of the tourism market. The outcome of forecasting determines the urgent need to develop new tourism products and promote existing ones. Forecasting has an important role in management decisions, because the purpose of any tourist destination is to ensure competitiveness and attractiveness through the continuous development of the tourism industry. The results of the study can be used by regional authorities in developing new or improving the effectiveness of existing tourism development plans in the Kirov region.

Keywords: forecasting methods, least squares method, Kirov region, analysis.

1. Введение

В последнее время внутренний туризм все больше приобретает популярность среди населения. Массовое развитие туризма позволяет миллионам людей расширить свои знания об истории своей Родины и других стран, познакомиться с достопримечательностями, культурой и традициями той или иной страны (Соловская, Данилова, 2022). Повышенный спрос на туристские услуги дает возможность для туристского бизнеса создавать новые туристские продукты и объекты туристской инфраструктуры. Туризм является не только самостоятельной отраслью экономики, но и оказывает влияние на другие сферы жизни населения, в том числе и на занятость населения, совершенствование инфраструктуры в регионе (дороги, связь, производство потребительских товаров и т.д.).

В свою очередь, на развитие туризма воздействуют различные факторы: демографические, природно-географические, социально-экономические, исторические, религиозные и политико-правовые (Олейник, 2016). Они являются катализаторами для дальнейшего существования туристской индустрии.

В настоящее время Кировская область активно развивает туризм как одну из наиболее приоритетных сфер повышения имиджа региона, который в последнее время активно участвует в различных туристских конкурсах, форумах и выставках. Целью участия является позиционирование и реклама на внутреннем рынке туризма (Вычугжанина, 2015). При этом

* Corresponding author

E-mail addresses: stud126777@vyatsu.ru (A.K. Sintsova), usr21064@vyatsu.ru (A.I. Smetanina)

для дальнейшего развития туризма немаловажным является и прогнозирование, которое направлено на выявление и изучение возможных результатов развития тех или иных явлений и процессов.

Следует отметить, что тема оценки экономических аспектов туристско-рекреационной деятельности является актуальной по причине высокого уровня конкуренции и роста внутреннего туризма.

Научная новизна работы заключается в использовании методов прогнозирования для определения перспектив развития туризма в Кировской области. Использование метода наименьших квадратов дает возможность получить краткосрочный прогноз относительно исследуемых показателей.

2. Материалы и методы

Для написания статьи использованы статистические данные федеральных сайтов Российской Федерации и актуальная информация из статей профильных организаций. Применен метод наименьших квадратов, метод анализа информационных источников. Теоретической и методологической базой являются труды ученых.

3. Обсуждение

Тема прогнозирования развития туризма в России в целом и регионах в частности рассматривается многими авторами. Так, А.Ю. Александрова в своих исследованиях прогнозировала туристский поток различными методами моделирования временных рядов (Александрова, Домбровская, 2022). Е.В. Барашева, И.И. Зедгенизова проводили прогностическую оценку на основе статистических данных о туристском потоке и доходах в консолидированный бюджет Иркутской области (Барашева, Зедгенизова, 2018). В.С. Плотникова, Т.М. Глушанок осуществили прогнозирование основных тенденций развития туризма в Республике Карелия методом социологического опроса (Плотникова и др., 2020). Е.А. Даржаева на основе статистических данных рассматривала туризм в Республике Бурятия, для наглядности она использовала линии тренда в диаграммах (Даржаева, 2020). И.Г. Шадская и Н.А. Яковлева предлагают проводить прогнозирование на основе социально-экономического мониторинга, который заключается в непрерывном наблюдении за развитием социально-экономических процессов с целью своевременного выявления, анализа и прогнозирования негативных тенденций, выработки мер по предупреждению вероятных конфликтов и принятия соответствующих управленческих решений (Шадская, Яковлева, 2013).

Если в целом рассматривать методы прогнозирования, которые возможно применить в сфере туризма, то они делятся на количественные и качественные. К количественным – относят методы экстраполяции и методы математического моделирования (Николаева, Перчеда, 2015). Качественные – включают в себя методы экспертных оценок (коллективные и индивидуальные), метод Дельфи и написание сценариев. Особенностью этих методов является проведение их опытными экспертами в области туризма, способными при составлении прогноза профессионально учитывать многие определяющие факторы, которые не измерить качественными показателями (Албегова и др., 2020).

Метод наименьших квадратов – метод экстраполяции. Одним из его недостатков является то, что он относится к методам краткосрочного прогнозирования (Тихонов, 2006).

4. Результаты

С помощью метода наименьших квадратов была спрогнозирована динамика и перспективы изменения спроса на туристские услуги у жителей Кировской области на 2 года.

Прежде всего оценивалась динамика на основании данных ЕМИСС (ЕМИСС, 2021). В качестве базового использовался показатель числа турпакетов, реализованных населению в Кировской области за семилетний период с 2015 по 2021 годы, данные которого представлены в Таблице 1 (ЕМИСС, 2021).

Изначально определялось отклонение от центрального значения (Δt), и далее был рассчитан его квадрат. Затем была посчитана сумма доходов, квадратов отклонений от центра и произведений $u\Delta t$ в Таблице 2 (ЕМИСС, 2021).

Таблица 1. Оценка числа турпакетов, реализованных населению в Кировской области

Год	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Кировская область	7 794	10 120	10 841	10 970	12 075	6 625	12 493

Таблица 2. Оценка динамики числа турпакетов, реализованных населению в Кировской области

Учетный год (t)	Число турпакетов, реализованных населению	Отклонение от центра (Δt)	Δt кв	$y\Delta t$	Ряд выравнивания $y=a+b\Delta t$
2015	7 794	-3	9	-23 382	9 237
2016	10 120	-2	4	-20 240	9 535
2017	10 841	-1	1	-10 841	9 833
2018	10 970	0	0	0	10 131
2019	12 075	1	1	12 075	10 429
2020	6 625	2	4	13 250	10 727
2021	12 493	3	9	37 479	11 025
Сумма	70 918		28	8 341	

Найдены переменные «а» и «b», которые позволили произвести вычисления ряда выравнивания для всех учетных годов 2015–2021, а далее аналогичным способом были подсчитаны прогнозы реализации на 2022 и 2023 годы в [Таблице 3 \(ЕМИСС, 2021\)](#).

Таблица 3. Динамика турпакетов, реализованных населению

Учетный год (t)	Число турпакетов, реализованных населению	Ряд выравнивания $y=a+b\Delta t$	Год
1	7 794	9 237	2015
2	10 120	9 535	2016
3	10 841	9 833	2017
4	10 970	10 131	2018
5	12 075	10 429	2019
6	6 625	10 727	2020
7	12 493	11 025	2021
Сумма		11 323	2022
		11 621	2023

Динамика числа турпакетов, реализованных населению Кировской области, которая представлена на [Рисунке 1](#), будет увеличиваться в 2022–2023 годах.

Опираясь на данные анализируемого показателя, нет достаточных оснований утверждать, что большая часть всех реализованных населению турпакетов составляет путешествия по России, и Кировской области в том числе.

Для оценки популярности Кировской области для туристов был проанализирован и спрогнозирован показатель численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения ([ЕМИСС, 2022](#)).

Расчеты показателя ряда выравнивания для всех учетных годов 2015–2021 и прогнозы реализации на 2022 и 2023 годы представлены в [Таблице 4](#).



Рис. 1. Оценка динамики турпакетов, реализованных населению Кировской области

Таблица 4. Динамика численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения в Кировской области

Учетный год (t)	Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения	Ряд выравнивания $y=a+b\Delta t$	Год
1	248 904	274 941	2015
2	299 698	279 035	2016
3	285 380	283 129	2017
4	310 897	287 223	2018
5	318 523	291 317	2019
6	213 864	295 411	2020
7	333 292	299 505	2021
Сумма		303 599	2022
		307 693	2023

Динамика численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения Кировской области, которая представлена на [Рисунке 2](#), будет увеличиваться в 2022–2023 годах.

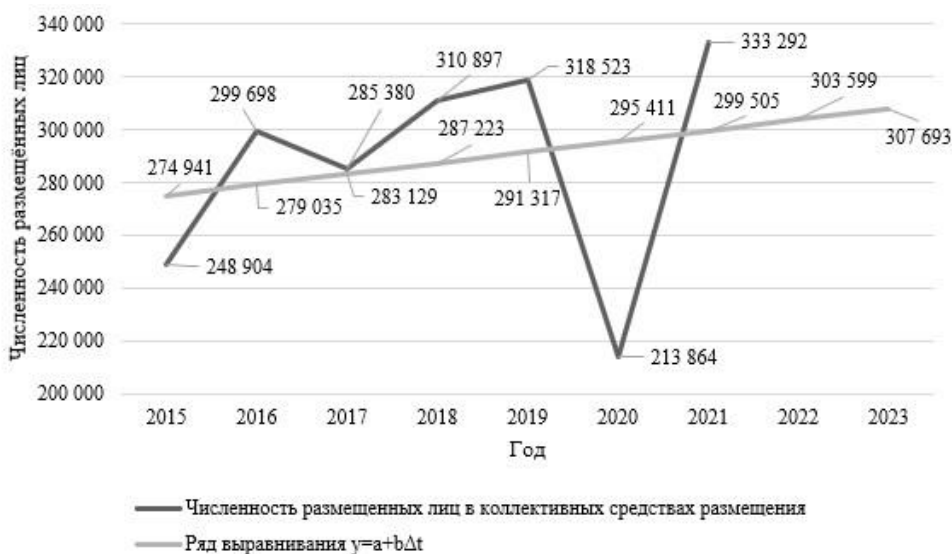


Рис. 2. Оценка динамики численности размещенных лиц в коллективных средствах размещения Кировской области

Основываясь на полученных данных, можно утверждать, что такая динамика может быть вызвана уязвимостью индустрии гостеприимства (Клейн, 2018). При этом она сопровождается не только количественными, но и качественными характеристиками. Меняются потребности туристов, появляются новые форматы поездок и характеристики туристского предложения. С переориентацией туристских потоков россиян с зарубежных направлений на внутренние усилилась их концентрация в традиционных местах отдыха (Александрова, Домбровская, 2022a).

5. Заключение

Таким образом, в данном исследовании с помощью метода наименьших квадратов было спрогнозировано дальнейшее развитие туризма в Кировской области по таким показателям, как число турпакетов, реализованных населению, и численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения. Проанализированы различные методы оценки будущего состояния сферы туризма. Прогнозирование является важным инструментом планирования, который позволяет субъектам быть готовыми к неожиданным ситуациям, возникающим в будущем. Получив информацию, несущую вероятностную оценку, различные пути и способы развития, можно составить определенный план, который будет основой для принятия необходимого решения.

Литература

Албегова и др., 2020 – Албегова А.В., Рядченко К.С., Бобрышева С.В. Методы научного прогнозирования в туризме / *Управление в условиях глобальных мировых трансформаций: экономика, политика, право: Сборник научных трудов*. Севастопольский экономико-гуманитарный институт (филиал) ФГАОУ ВО «Крымский федеральный университет имени В.И. Вернадского»; ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет». Севастополь: ООО "РИБЕСТ", 2020. С. 8-13. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44379372>

Александрова, Домбровская, 2022 – Александрова А.Ю., Домбровская В.Е. Искусство прогнозирования для развития туризма / *Возможности развития краеведения и туризма Сибирского региона и сопредельных территорий: Сборник научных статей по результатам девятнадцатой Международной научно-практической конференции, посвящённой 25-летию кафедры краеведения и туризма ГФ НИ ТГУ, Томск, 27–28 октября 2022 года*. Томск: Национальный исследовательский Томский государственный университет, 2022. С. 6-12. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49830383>

Александрова, Домбровская, 2022a – Александрова А.Ю., Домбровская В.Е. Адаптивное моделирование туризма: опыт, проблемы и перспективы применения на региональном уровне // *Регионоведение*. 2022. Т. 30, № 1(118). С. 76-102. DOI: 10.15507/2413-1407.118.030.202201.076-102

Барашева, Зедгенизова, 2018 – Барашева Е.В., Зедгенизова И.И. Прогнозирование развития туризма Иркутской области // *Управление экономическими системами: электронный научный журнал* 2018. № 10(116). С. 35. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36425996>

Вычугжанина, 2015 – Вычугжанина В.В. Исследование рынка внутреннего туризма Кировской области // *Достижения вузовской науки*. 2015. № 18. С. 113-117. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24923219>

Даржаева, 2020 – Даржаева Е.А. Статистика как инструмент анализа, планирования и прогнозирования развития туризма в Республике Бурятия / *Статистический анализ социально-экономического развития федеральных округов Российской Федерации: опыт, реалии, перспективы: материалы Всероссийской научно-практической конференции, посвященной 10-летию образования Северо-Кавказского федерального округа, Ставрополь, 07–08 апреля 2020 года* / Управление Федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу, ФГАОУ ВО «Северо-Кавказский федеральный университет», ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный медицинский университет» Минздрава России. Ставрополь: Управление федеральной службы государственной статистики по Северо-Кавказскому федеральному округу, 2020. С. 23-27. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44354381>

ЕМИСС, 2021 – ЕМИСС: Ведомства. Федеральная служба государственной статистики. Туризм. Число турпакетов, реализованных населению. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31605>

ЕМИСС, 2022 – ЕМИСС: Ведомства. Федеральная служба государственной статистики. Гостиницы, рестораны (общественное питание). Деятельность коллективных средств размещения. Численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560>

Клейн, 2018 – Клейн Е.Д. Особенности прогнозного планирования и антикризисного управления на гостиничных предприятиях / *Современная гостиница – ресторанный бизнес: экономика и менеджмент: материалы пятой научно-практической конференции, Симферополь, 31 мая 2018 года*. Симферополь: ИП Зуева Т.В., 2018. С. 46-48. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35354527>

Николаева, Перчеда, 2015 – Николаева Н.А., Перчеда А.В. Прогнозирование развития въездного туризма в Ямало-Ненецком автономном округе / *Математические методы и модели в управлении, экономике и социологии: Сборник научных трудов*. Вып. 9. Тюмень: Тюменский государственный нефтегазовый университет, 2015. С. 300-304. [Электронный ресурс]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25473688>

Олейник, 2016 – Олейник О.С. Туризм как фактор устойчивого развития региона // *Системное управление*. 2016. № 2(31). С. 24. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25815333>

Плотникова и др., 2020 – Плотникова В.С., Глушанок Т.М. Современное состояние и прогнозирование основных тенденций развития туризма в Республике Карелия // *Экономика, предпринимательство и право*. 2020. Т. 10. № 3. С. 831-844. DOI: 10.18334/err.10.3.100652

Соловская, Данилова, 2022 – Соловская А.В., Данилова А.В. Статистический анализ взаимосвязи туризма и экономики Кировской области // *Вестник Ассоциации вузов туризма и сервиса*. 2022. Т. 16. № 2. С. 60-69. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50187699>

Тихонов, 2006 – Тихонов Э.Е. Методы прогнозирования в условиях рынка: учеб. пособие. Невинномысск: Невинномысский технол. ин-т (фил.) СевКавГТУ, 2006 (Невинномысск: Невинномысская городская тип.). 220 с. [Электронный ресурс]. URL: http://www.mirkin.ru/_docs/tiho.pdf?ysclid=lecs9mu8na989510452

Шадская, Яковлева, 2013 – Шадская И.Г., Яковлева Н.А. Прогнозирование развития туристского рынка на основе социально-экономического мониторинга // *Сервис в России и за рубежом*. 2013. № 8(46). С. 207-214. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20272537>

References

Albegova i dr., 2020 – Albegova, A.V., Ryadchenko, K.S., Bobrysheva, S.V. (2020). Metody nauchnogo prognozirovaniya v turizme [Methods of scientific forecasting in tourism]. *Upravlenie v usloviyakh global'nykh mirovykh transformatsii: ekonomika, politika, pravo: Sbornik nauchnykh trudov*. Sevastopol'skii ekonomiko-gumanitarnyi institut (filial) FGAOU VO «Krymskii federal'nyi universitet imeni V.I. Vernadskogo»; FGAOU VO «Severo-Kavkazskii federal'nyi universitet». Sevastopol': OOO "RIBEST". Pp. 8-13. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44379372> [in Russian]

Aleksandrova, Dombrovskaya, 2022 – Aleksandrova, A.Yu., Dombrovskaya, V.E. (2022). Iskusstvo prognozirovaniya dlya razvitiya turizma [Art of forecasting for tourism development]. *Vozmozhnosti razvitiya kraevedeniya i turizma Sibirskogo regiona i sopredel'nykh territorii: Sbornik nauchnykh statei po rezul'tatam devyatnadsatoi Mezhdunarodnoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posvyashchennoi 25-letiyu kafedry kraevedeniya i turizma GGF NI TGU, Tomsk, 27–28 oktyabrya 2022 goda*. Tomsk: Natsional'nyi issledovatel'skii Tomskii gosudarstvennyi universitet. Pp. 6-12. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=49830383> [in Russian]

Aleksandrova, Dombrovskaya, 2022a – Aleksandrova, A.Yu., Dombrovskaya, V.E. (2022). Adaptivnoe modelirovanie turizma: opyt, problemy i perspektivy primeneniya na regional'nom urovne [Adaptive modelling of tourism: experience, problems and prospects for application at the regional level]. *Regionologiya*. Т. 30. 1(118): 76-102. DOI: 10.15507/2413-1407.118.030.202201.076-102 [in Russian]

Barasheva, Zedgenizova, 2018 – Barasheva, E.V., Zedgenizova, I.I. (2018). Prognozirovaniye razvitiya turizma Irkutskoi oblasti [Forecasting the development of tourism in the Irkutsk region]. *Upravlenie ekonomicheskimi sistemami: elektronnyi nauchnyi zhurnal*. 10(116): 35. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=36425996> [in Russian]

Darzhayeva, 2020 – Darzhayeva, E.A. (2020). Statistika kak instrument analiza, planirovaniya i prognozirovaniya razvitiya turizma v Respublike Buryatiya [Statistics as a tool for analysis, planning and forecasting of tourism development in the Republic of Buryatia]. *Statisticheskii analiz sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya federal'nykh okrugov Rossiiskoi Federatsii: opyt, realii, perspektivy: materialy Vserossiiskoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, posvyashchennoi 10-letiyu obrazovaniya Severo-Kavkazskogo federal'nogo okruga, Stavropol', 07–08 aprelya 2020 goda*. Upravlenie Federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki po Severo-Kavkazskomu federal'nomu okrugu, FGAOU VO «Severo-Kavkazskii federal'nyi universitet», FGBOU VO «Stavropol'skii gosudarstvennyi meditsinskii universitet» Minzdrava Rossii. Stavropol': Upravlenie federal'noi sluzhby gosudarstvennoi statistiki po Severo-Kavkazskomu federal'nomu okrugu. Pp. 23-27. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44354381> [in Russian]

EMISS, 2021 – EMISS: Vedomstva. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki. Turizm. Chislo turpaketov, realizovannykh naseleniyu [EMISS: Departments. Federal Service of State Statistics. Tourism. Number of tour packages sold to the population]. [Electronic resource]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31605> [in Russian]

EMISS, 2022 – EMISS: Vedomstva. Federal'naya sluzhba gosudarstvennoi statistiki. Gostinitsy, restorany (obshchestvennoe pitanie). Deyatel'nost' kollektivnykh sredstv razmeshcheniya. Chislennost' razmeshchennykh lits v kollektivnykh sredstvakh razmeshcheniya [EMISS: Offices. Federal State Statistics Service. Hotels, restaurants (public catering). Activities of collective accommodation facilities. The number of persons accommodated in collective accommodation facilities]. [Electronic resource]. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/31560> [in Russian]

Klein, 2018 – Klein, E.D. (2018). Osobennosti prognoznoho planirovaniya i antikrizisnogo upravleniya na gostinichnykh predpriyatiyakh [Features of forecast planning and crisis management at hotel enterprises]. *Sovremennaya gostinitsa – restoranniye biznes: ekonomika i menedzhment: materialy pyatoi nauchno-prakticheskoi konferentsii, Simferopol', 31 maya 2018 goda*. Simferopol': IP Zueva T.V. Pp. 46-48. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35354527> [in Russian]

Nikolaeva, Percheda, 2015 – Nikolaeva, N.A., Percheda, A.V. (2015). Prognozirovaniye razvitiya v"ezdnoho turizma v Yamalo-Nenetskom avtonomnom okruge [Forecasting the development of inbound tourism in the Yamalo-Nenets Autonomous District]. *Matematicheskie metody i modeli v upravlenii, ekonomike i sotsiologii: Sbornik nauchnykh trudov*. Vyp. 9. Tyumen': Tyumenskii gosudarstvennyi neftegazovyi universitet. Pp. 300-304. [Electronic resource]. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=25473688> [in Russian]

Oleinik, 2016 – Oleinik, O.S. (2016). Turizm kak faktor ustoichivogo razvitiya regiona [Tourism as a factor in the region's sustainable development]. *Sistemnoe upravlenie*. 2(31): 24. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25815333> [in Russian]

Plotnikova i dr., 2020 – Plotnikova, V.S., Glushanok, T.M. (2020). Sovremennoe sostoyaniye i prognozirovaniye osnovnykh tendentsii razvitiya turizma v Respublike Kareliya [Modern state and forecasting of the main trends in tourism development in the Republic of Karelia]. *Ekonomika, predprinimatel'stvo i pravo*. T. 10. 3: 831-844. DOI: 10.18334/epp.10.3.100652 [in Russian]

Shadskaya, Yakovleva, 2013 – Shadskaya, I.G., Yakovleva, N.A. (2013). Prognozirovaniye razvitiya turistskogo rynka na osnove sotsial'no-ekonomicheskogo monitoringa [Forecasting of tourist market development on the basis of socio-economic monitoring]. *Servis v Rossii i za rubezhom*. 8(46): 207-214. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=20272537> [in Russian]

Solovskaya, Danilova, 2022 – Solovskaya, A.V., Danilova, A.V. (2022). Statisticheskii analiz vzaimosvyazi turizma i ekonomiki Kirovskoi oblasti [Statistical analysis of the relationship between tourism and economy of the Kirov Region]. *Vestnik Assotsiatsii vuzov turizma i servisa*. 16(2): 60-69. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=50187699> [in Russian]

Tikhonov, 2006 – Tikhonov, E.E. (2006). Metody prognozirovaniya v usloviyakh rynka: ucheb. posobie [Forecasting methods in market conditions: a textbook]. Nevinnomyssk: Nevinnomysskii tekhnol. in-t (fil.) SevKavGTU, 2006 (Nevinnomyssk: Nevinnomysskaya

gorodskaya tip.). 220 p. [Electronic resource]. URL: http://www.mirkin.ru/_docs/tiho.pdf?ysclid=lecs9mu8na989510452 [in Russian]

Vychugzhanina, 2015 – Vychugzhanina, V.V. (2015). Issledovanie rynka vnutrennego turizma Kirovskoi oblasti [Research of the internal tourism market of Kirov Oblast]. *Dostizheniya vuzovskoi nauki*. 18: 113-117. [Electronic resource]. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24923219> [in Russian]

УДК 379.85

Прогнозирование развития туризма в Кировской области

Алина Константиновна Синцова ^{а, *}, Алёна Игоревна Сметанина ^а

^а Вятский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. В статье выполнен анализ статистических данных по Кировской области в сфере туризма и гостиничного дела. В современных условиях планирование и прогнозирование на региональном уровне приобретают особую актуальность. С помощью метода наименьших квадратов проведена оценка динамики спроса туристских услуг в течение 2022–2023 годов. Определен положительный рост таких выбранных показателей, как число турпакетов, реализованных населению в Кировской области, и численность размещенных лиц в коллективных средствах размещения. Данная работа позволит оценить будущее состояние туристского рынка в регионе, которое последние несколько лет переживает значительные изменения. Прогнозирование является одним из важнейших и ключевых этапов в функционировании туристского рынка. Итоги прогнозирования определяют острую необходимость формирования новых и продвижения уже имеющихся туристских продуктов. Важную роль прогнозирование имеет при принятии управленческих решений, потому что целью любой туристской дестинации выступает обеспечение конкурентоспособности и привлекательности путем постоянного развития индустрии туризма. Результаты исследования могут быть использованы региональными органами власти при разработке новых или повышении эффективности действующих планов развития туризма в Кировской области.

Ключевые слова: методы прогнозирования, метод наименьших квадратов, Кировская область, анализ.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: stud126777@vyatsu.ru (А.К. Синцова), usr21064@vyatsu.ru (А. И. Сметанина)

Copyright © 2023 by Sochi State University



Published in the Russian Federation
Sochi Journal of Economy
Has been issued since 2007.
ISSN: 2541-8114
2023. 17(1): 69-78

www.vestnik.sutr.ru



UDC 33

The Concept of Sustainable Development in the New Reality of the XXI century: International and Russian Trends

Elena K. Vorobey ^{a, *}

^a Sochi State University, Russian Federation

Abstract

The application of the concept of sustainable development has extensive experience in the United States and Europe and, despite the terms of the global pandemic, the difficult geopolitics situation and other challenges to the reality of the 21st century, continues to be actively implemented. Adherence to ESG criteria provides a number of benefits to the company. Advantages in general do not allow you to expect very high profits in the short term: the ESG approach is aimed at a long-term strategy, but already about 97 % of foreign investors are conducting an informal assessment of ESG indicators. An increasing number of enterprises participate in the ESG rating and increase the average value of the ESG rating, and the introduction of the concept of sustainable development at different levels of coverage of the studied systems is becoming characteristic for Russia: both at the level of an individual enterprise and at the level of territory and cities. Some of the country's largest banks have introduced ESG-assessment of borrower companies into the credit process, in 2022 the ESG-rating methodology for administrative centers of Russian regions was applied, and an ESG-index of 200 Russian cities is expected to appear in 2023.

The article considers the concept of sustainable development in the new reality of the XXI century, using world and Russian experience.

Keywords: sustainable development, concept, economic, social and environmental principles, methodology.

1. Введение

С начала XXI столетия цивилизация вошла в системный процесс геополитического переформатирования мирового устройства и одним из серьезнейших вызовов стала деконструкция международной системы биологической безопасности под воздействием новых эпидемиологических рисков антропогенного генеза, локальных вспышек известных и эволюционирующих инфекций и доминирующей пандемии коронавирусной инфекции COVID-19, распространившейся со скоростью чрезвычайных стихийных бедствий и ставшей причиной кризисных явлений во многих сферах мировой экономики. Упомянутые глобальные угрозы, в совокупности понимаемые как «условия новой реальности», уже вызывают необратимые изменения технологической, экономической и социальной сфер во всем мире (Воробей, 2022). В сложившихся условиях вопросы устойчивого развития становятся, как никогда, актуальными.

Под устойчивым развитием в общем смысле понимается «процесс экономических и социальных изменений, при котором природные ресурсы, направление инвестиций,

* Corresponding author

E-mail addresses: vorobei.sochi@yandex.ru (E.K. Vorobey)

ориентация научно-технического развития, развитие личности и институциональные изменения согласованы друг с другом и укрепляют нынешний и будущий потенциал для удовлетворения человеческих потребностей и устремлений» (**Устойчивое развитие**).

Концепция устойчивого развития возникла как синтез трех направлений исследований феномена устойчивости: экономического, социального и экологического, каждый из которых основывается на собственных предпосылках.

Экономический подход основан на теории максимального потока совокупного дохода при условии оптимального использования ограниченных ресурсов за счет применения экологических технологий на всех стадиях производства (добыча и переработка сырья, изготовление экологически безопасной продукции, минимизация и глубокая переработка отходов).

Социальный подход ориентирован на сохранение стабильности социальных и культурных систем и предполагает проведение политики, направленной на справедливое распределение материальных благ, защиту и приумножение имеющегося культурного наследия.

Экологический подход нацелен на обеспечение целостности существующих природных систем, в особенности тех экосистем, от жизнедеятельности которых зависит глобальная стабильность биосферы планеты (лесных массивов, Мирового океана). Под понятием «целостность» в данном случае подразумевается сохранение не только исходного состояния экосистем, но и их способностей к самовосстановлению и динамической адаптации в условиях новой реальности XXI века.

Очевидная взаимосвязанность и взаимозависимость указанных подходов позволяет рассматривать их как необходимые элементы единой концепции устойчивого развития (**Рисунок 1**).

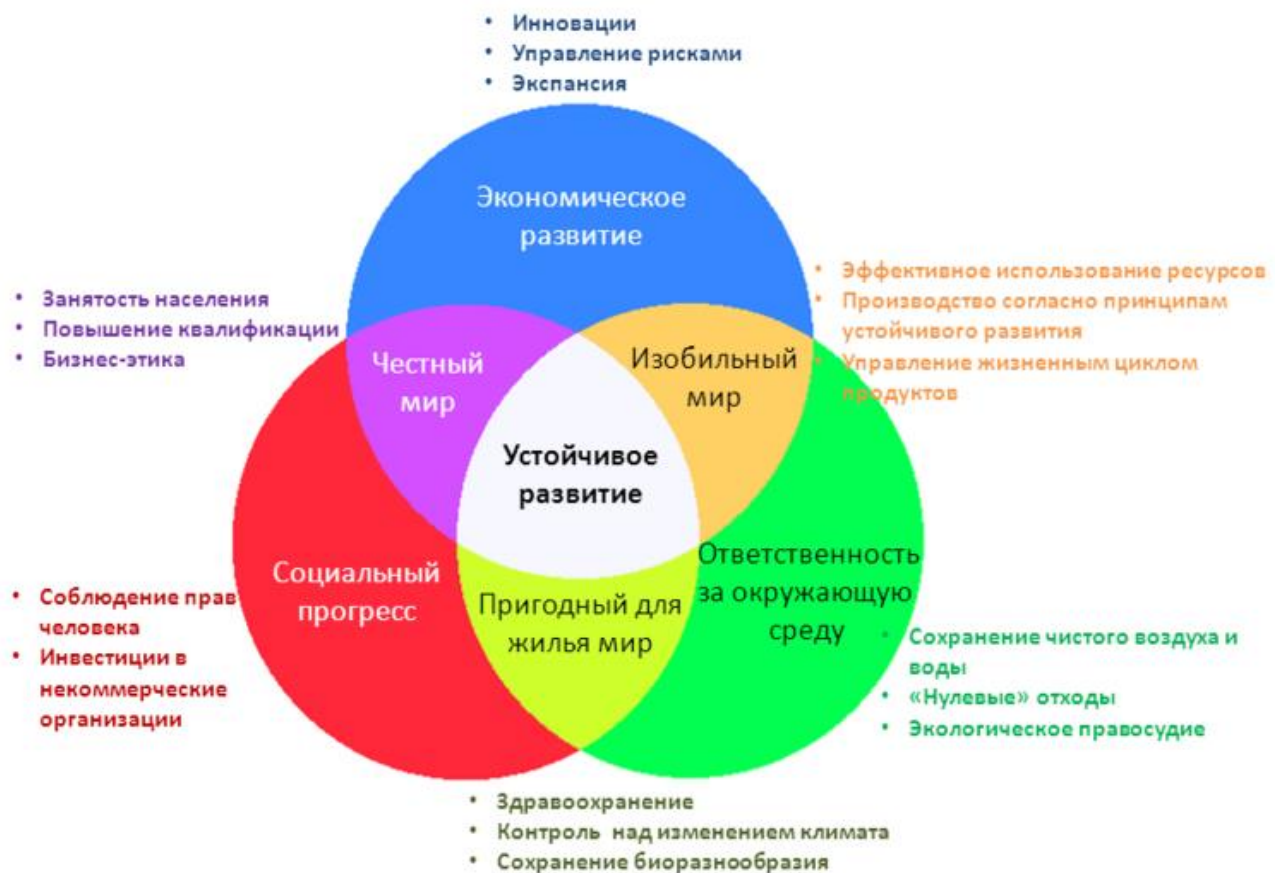


Рис. 1. Элементы концепции устойчивого развития

Источник: [ESG-оценка...](#)

Научная новизна состоит в обобщении информации о приверженности предприятий в Европе и США к участию в ESG-рейтинге и увеличению средних значений ESG-рейтинга, анализе внедрения концепции устойчивого развития на разных уровнях охвата изучаемых систем: как на уровне отдельного предприятия, так и на уровне территории и городов России.

2. Материалы и методы

Для написания статьи использованы информационно-отчетные материалы РФ, размещенные на официальных сайтах, статьи периодических изданий и публикации экспертов в онлайн-изданиях. При проведении исследования использованы аналитический, сравнительный, статистический методы.

Важным практическим аспектом реализации концепции устойчивого развития является формирование набора измеряемых показателей (индикаторов), позволяющих количественно оценивать степень достигаемой устойчивости, делать прогнозы и выработать соответствующие решения. В настоящее время усилиями международных организаций (Организация экономического сотрудничества и развития, Комиссия ООН по устойчивому развитию и др.) разработаны несколько различных систем индикаторов устойчивого развития, основанных на различных подходах к их формированию.

Выделяют два главных подхода, один из которых можно условно назвать «дифференциальным», а другой – «интегральным». «Дифференциальный» подход предполагает построение системы индикаторов, каждый из которых позволяет оценить отдельный аспект развития: экономический, социальный или экологический. «Интегральный» подход заключается в построении агрегированных индексов, на основании которых возможно делать выводы об устойчивости развития какой-либо территории в целом. Каждый из указанных подходов имеет свои достоинства и недостатки: объективность, но ограниченность оценок, получаемых при помощи «дифференциальных индексов», с одной стороны, и широта охвата, но трудности при агрегировании информации в «интегральные» индексы, с другой.

В связи с целями настоящей статьи рассматривается применение принципов устойчивого развития на разных уровнях охвата изучаемых систем: на уровне территории, города, отдельного предприятия.

3. Обсуждение

Анализ результатов современных исследований в сфере устойчивого развития территорий показывает, что практически все предлагаемые критерии оценки устойчивости могут быть классифицированы на указанные выше три группы критериев – экономические, социальные и экологические. Например, авторы В.А. Барина, С.П. Земцов ([Барина, Земцов, 2019](#)), предложившие в 2019 году методику расчета индекса инклюзивного роста регионов России, отмечают: «Развитие предполагает не только экономический рост, связанный главным образом с выпуском товаров и предоставлением услуг, но и учет положения всех членов общества, включая наиболее уязвимые группы и будущие поколения, а также понимание необходимости защиты окружающей среды, сохранения экосистем, противодействия изменениям климата».

В более ранних исследованиях М.Е. Цибаревой, М.Ю. Молчановой ([Цибарева, 2013; Молчанова, 2012](#)) также упоминаются экономические (инвестирование в эффективные производства, отвечающие требованиям обеспечения безопасности для окружающей среды; переориентация технологий и повышение социальной значимости товаров), социальные (развитие человеческого потенциала, институционализация общества и обеспечение справедливого распределения ресурсов, снижение уровня дифференциации в доходах населения богатых и бедных, сохранение культурных ценностей) и экологические (обеспечение рационального природопользования в интересах настоящего и будущего поколений, сохранение и укрепление ресурсной базы, включение в переменные затраты расходов на охрану окружающей среды) принципы устойчивого развития регионов.

П.М. Иванов ([Иванов, 2016](#)) рассматривает устойчивый регион как систему, состоящую из подсистем – «экономика», «общество» и «природа», а состояние региона в целом оценивается как функция уровня жизнедеятельности указанных подсистем.

Подобная ситуация имеет место и в отношении критериев устойчивого развития городов. В стандарте ISO 37123 «Устойчивое развитие сообществ. Индикаторы для адаптивных городов» ([Международный стандарт...](#)) приведен перечень критериев, характеризующих устойчивость городской среды:

– экономические – величина расходов на содержание и модернизацию городской инфраструктуры; показатели занятости и доходов населения; показатели работы системы здравоохранения; показатели состояния жилой инфраструктуры, обеспеченности источниками

энергии, состояния городских финансов, уровня развития телекоммуникаций, продовольственной безопасности;

– социальные – уровень образования; показатели социального обеспечения, безопасности, условий отдыха, эффективности функционирования городских служб;

– экологические – расходы на охрану окружающей среды; показатели озеленения городской среды и утилизации отходов; частота возникновения аномальных природных явлений.

«Умные» устойчивые города, помимо широкого использования информационных и телекоммуникационных технологий, также обязаны следовать требованиям учета экономических, социальных, экологических и культурных аспектов при удовлетворении потребностей нынешнего и будущих поколений («Умные» устойчивые города).

Концепция устойчивого развития применительно к сферам экономики или к отдельному предприятию превращается в концепцию устойчивого ESG-развития, основанную на синтезе стандартов экологического, социального и корпоративного управления (Экологическое, социальное...).

Экологические стандарты (E) определяют степень экологичности деятельности субъекта (наличие мероприятий по снижению выбросов парниковых газов, уменьшению загрязнения окружающей среды, рациональному использованию природных ресурсов, соблюдению норм действующего экологического законодательства).

Социальные стандарты (S) характеризуют взаимоотношения между всеми заинтересованными сторонами, участвующими в деятельности предприятия или экономической сферы: руководством, персоналом, клиентами, поставщиками.

Стандарты корпоративного управления (G) позволяют оценивать эффективность руководства компании по таким признакам, как обоснованность оплаты труда руководителей, соблюдение прав акционеров, качество аудита, меры по противодействию мошенничеству и коррупции.

ESG-стандарты, основанные на трех универсальных подходах устойчивого развития (экологическом, социальном и экономическом), отличаются от самих подходов рядом признаков. Данные стандарты были первоначально предложены для оптимизации деятельности отдельных предприятий и секторов экономики (промышленного и финансового), на уровне которых возможно более конкретно, чем на уровне всей совокупности сфер человеческой деятельности, сформировать комплекс мер, необходимых для достижения целей устойчивого развития.

4. Результаты

В отличие от концепции устойчивого развития в ее первоначальном виде, ESG – это скорее свод уже сформированных четких правил и подходов к устойчивому развитию экономики. Данный факт следует учитывать при построении концепции устойчивого развития сферы рекреации и туризма территории, и именно поэтому ESG-подходы составили основу всех дальнейших положений настоящего исследования.

Рейтингование предприятий по критериям ESG становится в последние годы все более востребованной процедурой. Например, в США в начале 2000-х годов насчитывалось не более 20 компаний, имеющих ESG-рейтинг, а к 2020 году их количество выросло почти в 40 раз (Рисунок 2). ESG-рейтинг формируют независимые исследовательские агентства Bloomberg, S&P Dow Jones Indices, JUST Capital, MSCI, Refinitiv и другие, которые оценивают развитие компаний по критериям E, S и G и присваивают соответствующие баллы по столбальной шкале.

По версии компании Corporate Knights, в 2021 году первую пятерку компаний в ESG-рейтинге составляли:

1. Французская машиностроительная компания Schneider Electric.
2. Датская транснациональная энергетическая компания Ørsted A/S.
3. Национальный банк Бразилии Banco do Brasil SA.
4. Финская нефтегазовая компания Neste Oyj.
5. Международная компания профессиональных услуг в области дизайна, архитектуры и консалтинга Stantec Inc (Staff, 2021).

Переход мировой экономики на ESG-стандарты считается весьма вероятным по ряду причин, главными среди которых могут считаться:

– вступление в финансово активный возраст поколения миллениалов, система ценностей которых заметно отличается от системы ценностей предыдущего поколения, в том числе в части более заботливого отношения к окружающей среде и человеческому обществу;

– возросшая угроза глобальных климатических изменений, причиной которых является, в том числе, антропогенная деятельность (Хилинский, 2021).

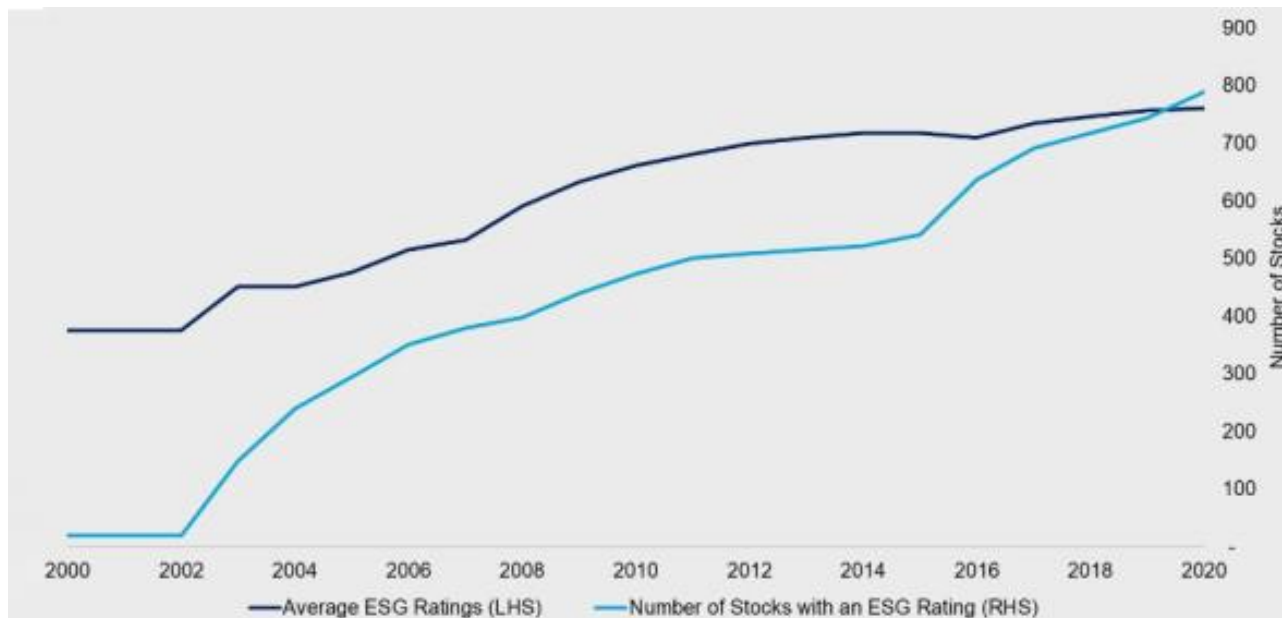


Рис. 2. Рост количества предприятий США, имеющих ESG-рейтинг (RHS) и среднее значение ESG-рейтинга (LHS) за период с 2000 по 2020 гг.

Источник: [Экологическое, социальное...](#)

В ответ на запросы общества сформировались международные государственные и негосударственные инициативы по поддержке ESG, например, поддерживаемое ООН крупнейшее объединение инвесторов Principles of Responsible Investment (PRI), которые обязуются вкладывать средства в соответствии с принципами ESG. К началу 2020 г. число подписантов PRI превысило 3000, активы под их управлением составили более 103 трлн долларов (в 2015 году – 59 трлн долларов) – [Рисунок 3](#).

Следует отметить, что приверженность ESG-критериям дает ряд преимуществ компаниям, среди которых:

– высокая привлекательность для инвесторов (очевидно, что фонды зеленых инвестиций и социально ответственные инвесторы типа PRI с большей вероятностью будут поддерживать бизнес с высокими показателями ESG);

– устойчивость в долгосрочной перспективе (применение ESG-подхода способно минимизировать последствия возможных нарушений технологий или регулирования);

– снижение затрат на экологические платежи благодаря использованию технологий возобновляемой энергии и сокращению выбросов парниковых газов;

– высокий уровень инновационной деятельности и позитивный имидж компании ([Сидорова, 2020](#)).

Указанные преимущества в целом не позволяют рассчитывать на очень высокие прибыли в краткосрочном периоде: ESG-подход нацелен скорее на долгосрочную стратегию. Тем не менее, уже сейчас 97 % инвесторов проводят либо неформальную оценку показателей ESG, либо структурированный и методичный анализ нефинансовых данных о компаниях ([Три кита](#)).

В данной ситуации Россия не могла оставаться в стороне, и по состоянию на 2020 год уже третья часть крупнейших банков страны внедрила в кредитный процесс ESG-оценку компаний-заемщиков, а еще 20 % банков планировали проведение такой оценки ([Будущее рынка...](#)).



Рис. 3. Рост числа подписантов объединения инвесторов Principles of Responsible Investment (PRI) за период с 2006 по 2020 гг.

Источник: [Хилинский, 2021](#)

Следует отметить особое направление использования ESG-подхода, сформировавшееся за последние несколько лет в России. Данное направление связано с попытками экстраполировать ESG-принципы устойчивого развития на города и целые территории. В 2023 году ожидается появление ESG-индекса 200 российских городов, который разрабатывается госкорпорацией ВЭБ.РФ и, по мнению разработчиков, позволит количественно оценивать экологическое (environmental), социальное (social) и управленческое (governance) состояние пространства городской среды. На основе баллов, рассчитываемых по трем указанным категориям, будет рассчитываться итоговый совокупный балл города (как среднее арифметическое всех баллов с учетом их весовых коэффициентов; при этом наибольший весовой коэффициент будет иметь социальный показатель, на втором месте будет экологический показатель, на третьем – управленческий). Целью разработки ESG-индекса городов является определение возможных направлений инвестирования в городскую среду с целью ее улучшения по критериям ESG ([ESG-индекс...](#)).

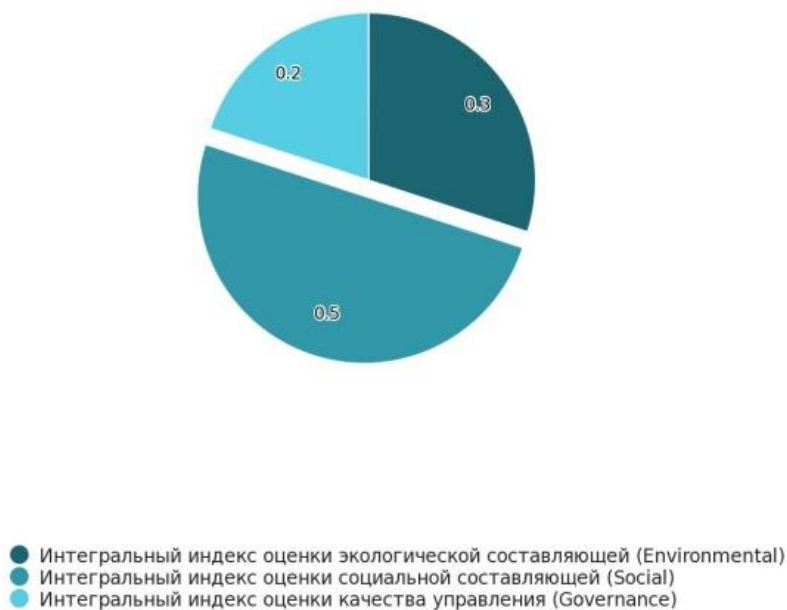


Рис. 4. Структура интегрального показателя ESG-оценки городов России

Источник: [ESG-оценка...](#)

Подобная методика уже была ранее (в 2022 году) применена агентством «Эксперт РА» для ESG-рейтингования административных центров регионов России (**ESG-оценка...**). Были рассчитаны 22 показателя, входящие в 3 категории (экологическую, социальную и управленческую); для каждой категории был сформирован свой интегральный индекс; совокупный интегральный показатель города формировался как сумма интегральных индексов отдельных категорий с учетом их весовых коэффициентов (соотношение между примененными весовыми коэффициентами схематично представлено на **Рисунке 4**).

5. Заключение

Результаты выполненной ESG-оценки в России показали, что лидерские позиции в области устойчивого развития занимают административные центры с наилучшей экологической обстановкой, которая обеспечивается относительно невысокими объемами промышленных выбросов в атмосферу, невысоким комплексным индексом загрязнения атмосферы, высокими показателями озеленения территории и значительными финансовыми вложениями в охрану окружающей среды.

В таких городах социальная и управленческая составляющие ESG-оценки также находились на высоком уровне, что объяснимо с точки зрения взаимосвязанности всех процессов в городской среде: высокое качество управления позволяет эффективно решать как социальные, так и экологические проблемы. Следует заметить, что в топ-15 городов с наивысшими показателями ESG вошел город Краснодар – административный центр Краснодарского края.

Примерно такие же подходы использовались при ESG-рейтинговании российских регионов. В основу разработанных методик были положены те же самые критерии, которые использовались при ESG-рейтинговании городов: экологический, социальный и управленческий.

В методике рейтингования регионов агентства «Эксперт РА» (**ESG рейтинг...**) (2020 год) учитывались 24 показателя, каждый из которых входил в одну из трех групп, соответствующих указанным трем критериям. При этом при формировании перечня экологических и социальных показателей использовался принцип совмещения двух взаимно противоположных показателей, один из которых характеризовал уровень подверженности риску, а другой позволял оценить эффективность нивелирования данного риска. Например, к «негативному» показателю «объем выбросов в атмосферу загрязняющих веществ, отходящих от стационарных источников, на душу населения» был подобран соответствующий ему «позитивный» показатель – «доля уловленных и обезвреженных загрязняющих атмосферу веществ в общем количестве выбросов, отходящих от стационарных источников». По результатам рейтингования в 2020 году Краснодарский край занял 45 место среди 83 изученных регионов России.

Таким образом, сложившая тенденция в России и мире показывает рост количества предприятий, имеющих ESG-рейтинг (RHS), и увеличение среднего значения ESG-рейтинга (LHS) этих предприятий, а также системное применение принципов устойчивого развития на разных уровнях охвата изучаемых систем: на уровне территории и городов, в непростых условиях новой реальности XXI века.

Литература

Баринаева, Земцов, 2019 – Баринаева В.А., Земцов С.П. Инклюзивный рост и устойчивость регионов России // *Регион: экономика и социология*. 2019. № 1. С. 23-46. [Электронный ресурс]. URL: https://www.researchgate.net/publication/330970254_Inkluzivnyj_rost_i_ustojcivost_regionov_Rossii (дата обращения: 04.03.2023).

Будущее рынка... – Будущее рынка устойчивого финансирования в РФ: банки формируют рынок. Сайт АО «Эксперт РА». [Электронный ресурс]. URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg2021/ (дата обращения: 04.03.2023).

Воробей, 2022 – Воробей Е.К. Система государственной поддержки сферы рекреации и туризма в условиях новой реальности XXI века / Монография. М.: РУСАЙНС, 2022. С. 4.

Иванов, 2016 – Иванов П.М. Устойчивое развитие региона: концепция, модель управления, стратегия / Монография. М.: ООО «ЭКЦ «Профессор». 2016. 254 с. [Электронный ресурс]. URL: https://viperson.ru/uploads/attachment/file/950188/Монография_Иванова.pdf (дата обращения: 04.03.2023).

Международный стандарт... – Международный стандарт ISO 37123 «Устойчивое развитие сообществ. Индикаторы для адаптивных городов». Онлайн библиотека стандартов ИСО. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/ru/#iso:std:iso:37123:ed-1:v1:en> (дата обращения: 04.03.2023).

Молчанова, 2012 – Молчанова М.Ю. Концепция устойчивого развития и ее применение в регионе // *Вестник Пермского университета, серия «Экономика»*. спец. выпуск. 2012. С. 46-50. [Электронный ресурс]. URL: <http://econom.psu.ru/upload/iblock/fb4/molchanova-m.yu.-kontseptsiya-ustoychivogo-razvitiya-i-ee-primenenie-v-regione.pdf> (дата обращения: 04.03.2023).

Сидорова, 2020 – Сидорова Д. Подход ESG: что это такое и зачем компаниям. Сайт сетевого издания компании «RB.RU». 2020. [Электронный ресурс]. URL: <https://rb.ru/story/esg-criteria/> (дата обращения: 04.03.2023).

Три кита – Три кита. Почему ESG-инвестиции стремительно захватывают мир. Сайт управляющей компании «ТКБ Инвестмент Партнерс». [Электронный ресурс]. URL: <https://journal.tkbip.ru/2019/04/10/esg-2/> (дата обращения: 04.03.2023).

«Умные» устойчивые города – «Умные» устойчивые города. Сайт Международного союза электросвязи. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.itu.int/ru/mediacentre/back-grounds/Pages/smart-sustainable-cities.aspx> (дата обращения: 04.03.2023).

Устойчивое развитие – Устойчивое развитие. Сайт свободной энциклопедии «Википедия». [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Устойчивое_развитие#Единство_концепций (дата обращения: 04.03.2023).

Хилинский, 2021 – Хилинский Е. Национальные особенности ESG в России. Сайт АО «Газпромбанк». 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.gazprombank.ru/press/6309839/> (дата обращения: 04.03.2023).

Цибарева, 2013 – Цибарева М.Е. Принципы устойчивого развития регионов РФ // *Основы ЭУП*. 2013. № 4 (10). [Электронный ресурс]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiyu-ustoychivogo-razvitiya-regionov-rf> (дата обращения: 04.03.2023).

Экологическое, социальное... – Экологическое, социальное и корпоративное управление. Сайт свободной энциклопедии «Википедия». [Электронный ресурс]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Экологическое,_социальное_и_корпоративное_управление#Критерии_/ (дата обращения: 04.03.2023).

ESG рейтинг... – ESG рейтинг российских регионов 2020. Сайт АО «Эксперт РА». [Электронный ресурс]. URL: https://raex-a.ru/rankings/regions/ESG_raiting#metodika (дата обращения: 04.03.2023).

ESG-индекс... – ESG-индекс 200 российских городов должен появиться в январе 2023 года. Сайт информационного агентства «ТАСС». [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/15486049> (дата обращения: 04.03.2023).

ESG-оценка... – ESG-оценка развития российских городов: новые условия – новые задачи для территорий. Сайт АО «Эксперт РА». [Электронный ресурс]. URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg_city_development_2022/ (дата обращения: 04.03.2023).

ESG-принципы... – ESG-принципы: что это такое и зачем компаниям их соблюдать. Сайт АО «Росбизнесконсалтинг». [Электронный ресурс]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (дата обращения: 04.03.2023).

Staff, 2021 – Staff С. 2021 Global 100 ranking. Сайт исследовательской компании «Corporate Knights Inc». 2021. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2021-global-100-rankings/2021-global-100-ranking/> (дата обращения: 04.03.2023).

References

ESG reiting... – ESG reiting rossiiskikh regionov 2020. Sait AO «Ekspert RA» [ESG rating of Russian regions 2020. Expert RA website]. [Electronic resource]. URL: https://raex-a.ru/rankings/regions/ESG_raiting#metodika (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

ESG-indeks... – ESG-indeks 200 rossiiskikh gorodov dolzhen poyavit'sya v yanvare 2023 goda. Sait informatsionnogo agentstva «TASS» [The ESG-index of 200 Russian cities should appear in January 2023. Website of the news agency "TASS"]. [Electronic resource]. URL: <https://tass.ru/ekonomika/15486049> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

ESG-otsenka... – ESG-otsenka razvitiya rossiiskikh gorodov: novye usloviya – novye zadachi dlya territorii. Sait AO «Ekspert RA» [ESG-assessment of the development of Russian cities: new

terms – new tasks for territories. JSC “Expert RA” website]. [Electronic resource]. URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg_city_development_2022/ (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

ESG-printsipy... – ESG-printsipy: chto eto takoe i zachem kompaniyam ikh soblyudat'. Sait AO «Rosbizneskonsalting» [ESG principles: what they are and why companies should comply with them. JSC "Rosbusinessconsulting" website]. [Electronic resource]. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green/614b224f9a7947699655a435> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Staff, 2021 – *Staff, C.* (2021). 2021 Global 100 ranking. Sait issledovatel'skoi kompanii «Corporate Knights Inc». 2021. [Electronic resource]. URL: <https://www.corporateknights.com/rankings/global-100-rankings/2021-global-100-rankings/2021-global-100-ranking/> (date of access: 04.03.2023).

Barinova, Zemtsov, 2019 – *Barinova, V.A., Zemtsov, S.P.* (2019). Inklyuzivnyi rost i ustoichivost' regionov Rossii [Inclusive growth and sustainability of Russian regions]. *Region: ekonomika i sotsiologiya*. 1: 23-46. [Electronic resource]. URL: https://www.researchgate.net/publication/330970254_Inklyuzivnyj_rost_i_ustojchivost_regionov_Rossii (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Budushchee rynka... – Budushchee rynka ustoichivogo finansirovaniya v RF: banki formiruyut rynek. Sait AO «Ekspert RA» [The future of the sustainable finance market in the Russian Federation: banks are shaping the market]. [Electronic resource]. URL: https://raexpert.ru/researches/sus_dev/esg2021/ (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Vorobei, 2022 – *Vorobei, E.K.* (2022). Sistema gosudarstvennoi podderzhki sfery rekreatsii i turizma v usloviyakh novoi real'nosti XXI veka [The system of state support for the sphere of recreation and tourism in the new reality of the XXI century]. Monografiya. M.: RUSAINS. P. 4. [in Russian]

Ivanov, 2016 – *Ivanov, P.M.* (2016). Ustoichivoe razvitie regiona: kontseptsiya, model' upravleniya, strategiya [Sustainable development of the region: concept, management model, strategy]. Monografiya. M.: OOO «EKTs «Professor». 254 p. [Electronic resource]. URL: https://viperson.ru/uploads/attachment/file/950188/Monografiya_Ivanova.pdf (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Mezhdunarodnyi standart... – Mezhdunarodnyi standart ISO 37123 «Ustoichivoe razvitie soobshchestv. Indikatory dlya adaptivnykh gorodov». Onlain biblioteka standartov ISO [International standard ISO 37123 “Sustainable development of communities. Indicators for Responsive Cities”. Online library of ISO standards]. [Electronic resource]. URL: <https://www.iso.org/obp/ui/ru/#iso:std:iso:37123:ed-1:v1:en> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Molchanova, 2012 – *Molchanova, M.Yu.* (2012). Kontseptsiya ustoichivogo razvitiya i ee primenenie v regione [The concept of sustainable development and its application in the region]. *Vestnik Permskogo universiteta, seriya «Ekonomika»*. spts. vypusk. Pp. 46-50. [Electronic resource]. URL: <http://econom.psu.ru/upload/iblock/fb4/molchanova-m.yu.-kontseptsiya-ustoychivogo-razvitiya-i-ee-primenenie-v-regione.pdf> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Sidorova, 2020 – *Sidorova, D.* (2020). Podkhod ESG: chto eto takoe i zachem kompaniyam. Sait setevogo izdaniya kompanii «RB.RU» [ESG approach: what is it and why companies need it. The site of the network edition of the company "RB.RU". 2020]. [Electronic resource]. URL: <https://rb.ru/story/esg-criteria/> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Tri kita – Tri kita. Pochemu ESG-investitsii stremitel'no zakhvatyvayut mir. Sait upravlyayushchei kompanii «TKB Investment Partners» [Three whales. Why ESG investments are rapidly taking over the world. Site of the management company “TKB Investment Partners”]. [Electronic resource]. URL: <https://journal.tkbip.ru/2019/04/10/esg-2/> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

«Umnye» ustoichivye goroda – «Umnye» ustoichivye goroda. Sait Mezhdunarodnogo soyuza elektrosvyazi [Smart sustainable cities. Website of the International Telecommunication Union]. [Electronic resource]. URL: <https://www.itu.int/ru/mediacentre/backgrounders/Pages/smart-sustainable-cities.aspx> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Ustoichivoe razvitie – Ustoichivoe razvitie. Sait svobodnoi entsiklopedii «Wikipediya» [Sustainability. The site of the free encyclopedia "Wikipedia"]. [Electronic resource]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ustoichivoe_razvitie#Edinstvo_kontseptsii (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Khilinskii, 2021 – *Khilinskii, E.* (2021). Natsional'nye osobennosti ESG v Rossii. Sait AO «Gazprombank» [National features of ESG in Russia. JSC “Gazprombank” website]. [Electronic

resource]. URL: <https://www.gazprombank.ru/press/6309839/> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Tsibareva, 2013 – *Tsibareva, M.E.* (2013). Printsipy ustoichivogo razvitiya regionov RF [Principles of sustainable development of regions of the Russian Federation]. *Osnovy EUP*. 4(10): [Electronic resource]. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/printsiipy-ustoychivogo-razvitiya-regionov-rf> (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

Ekologicheskoe, sotsial'noe... – *Ekologicheskoe, sotsial'noe i korporativnoe upravlenie*. Sait svobodnoi entsiklopedii «Wikipedia» [Environmental, social and corporate governance. The site of the free encyclopedia "Wikipedia"]. [Electronic resource]. URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Ekologicheskoe,_sotsial'noe_i_korporativnoe_upravlenie#Kriterii/ (date of access: 04.03.2023). [in Russian]

УДК 33

Концепция устойчивого развития в условиях новой реальности XXI века: международные и российские тенденции

Елена Константиновна Воробей^{а, *}

^аСочинский государственный университет, Российская Федерация

Аннотация. Применение концепции устойчивого развития имеет большой опыт в США и Европе и, несмотря на условия мировой пандемии, сложной геополитической ситуации и других вызовов реальности XXI века, продолжает свое активное внедрение. Приверженность ESG-критериям дает ряд преимуществ компаниям, которые в целом не позволяют рассчитывать на очень высокие прибыли в краткосрочном периоде: ESG-подход нацелен на долгосрочную стратегию, но уже сейчас около 97 % иностранных инвесторов проводят неформальную оценку показателей ESG. Все большее количество предприятий принимает участие в ESG-рейтинге и увеличивает среднее значение ESG-рейтинга, а для России становится характерным внедрение концепции устойчивого развития на разных уровнях охвата изучаемых систем: как на уровне отдельного предприятия, так и на уровне территории и городов. Часть крупнейших банков страны внедрила в кредитный процесс ESG-оценку компаний-заемщиков, в 2022 году была применена методика ESG-рейтингования административных центров регионов России, в 2023 году ожидается появление ESG-индекса 200 российских городов.

В статье рассмотрена концепция устойчивого развития в условиях новой реальности XXI века с использованием мирового и российского опыта.

Ключевые слова: устойчивое развитие, концепция, экономические, социальные и экологические принципы, методика.

* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: vorobei.sochi@yandex.ru (Е.К. Воробей)