

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ
ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКИ
ЛУГАНСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
имени ВЛАДИМИРА ДАЛЯ**

ВЕСТНИК

**ЛУГАНСКОГО
НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
имени ВЛАДИМИРА ДАЛЯ**

**№ 3 (5)
ЧАСТЬ 1
2017**

**I Международная научно-практическая конференция
«ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ
РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ»**

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ

Луганск 2017

ВЕСТНИК

ЛУГАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО
УНИВЕРСИТЕТА
ИМЕНИ ВЛАДИМИРА ДАЛЯ

№ 3(5) Ч.1 2017

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ
ОСНОВАН В 2015 ГОДУ

ВХОДИТ В БАЗУ
РИНЦ

ОСНОВАТЕЛЬ

Луганский национальный университет
имени Владимира Даля

Журнал зарегистрирован в Министерстве
информации, печати и массовых коммуникаций
Серия № ПИ 000108 от 08 июня 2017 г.

Свидетельство о государственной регистрации
Издателя, изготовителя и распространителя
средства массовой информации

МИ-СРГ ИД 000003 от 20 ноября 2015г.

VESTNIK

LUGANSK VLADIMIR DAHL
NATIONAL UNIVERSITY

№ 3(5) P.1 2017

THE SCIENTIFIC JOURNAL
WAS FOUNDED IN 2015

INCLUDED INTO THE BASE OF
RISC

Founder

Lugansk Vladimir Dahl
National University

Journal is registered by the Ministry of Information,
Publishing and Mass Communications
Series № PI 000108 of June, 08 2017

State Registration Certificate of Publisher,
Producer and Distributor of means of mass
information

MI-SRG ID 000003 of November, 20 2015

В журнале публикуются результаты диссертационных работ на соискание ученой степени доктора и кандидата технических, гуманитарных, экономических, общественных, юридических, педагогических, исторических, химических и физико-математических наук.

ISSN 2519-4291

Главная редакционная коллегия :

Свиридова Н.Д., докт. экон. наук, (главный редактор),
Старченко В.Н., докт. техн. наук, (зам. главн. редактора),
Витренко В.А., докт. техн. наук (зам. главн. редактора),
Ver R., dr hab,
Авершин А.А., канд. техн. наук,
Андрійчук Н.Д., докт. техн. наук,
Артемченко В.А., докт. экон. наук,
Атоян А.И., докт. филос. наук,
Белых А.С., докт. пед. наук,
Будиков Л.Я., докт. техн. наук,
Гедрович А.И., докт. техн. наук,
Губачева Л.А., докт. техн. наук,
Гутько Ю.И., докт. техн. наук,
Дейнека И.Г., докт. техн. наук,
Дрозд Г.Я., докт. техн. наук,
Евдокимов Н.А., докт. ист. наук,
Ерошин С.С., докт. техн. наук,
Захарчук А.С., докт. техн. наук,
Зубов А.Р., докт. сельх. наук,
Зубова Л.Г., докт. техн. наук,
Исаев В.Д., докт. филос. наук,
Клименко А.С., докт. филол. наук,
Коваленко А.А., канд. техн. наук, проф,
Кожемякин Г.Н., докт. техн. наук,
Коробецкий Ю.П., докт. техн. наук,
Корсунов К.А., докт. техн. наук,
Кривоколыско С.Г., докт. хим. наук,
Крехмалева Е.Г., канд. пед. наук,

Куликов Ю.А., докт. техн. наук,
Лазор В.В., докт. юридич. наук,
Лазор Л.И., докт. юридич. наук,
Лустенко А.Ю., докт. филос. наук,
Ляпин В.П., докт. биол. наук,
Максимова Т.С., докт. экон. наук,
Максимов В.В., докт. экон. наук,
Мечетный Ю.Н., докт. мед. наук,
Мирошников В.В., докт. техн. наук,
Мортиков В.В., докт. экон. наук,
Нечаев Г.И., докт. техн. наук,
Панайотов К.К., канд. техн. наук,
Родионов А.В., докт. экон. наук,
Рябичева Л.А., докт. техн. наук,
Рябичев В.Д., докт. техн. наук,
Санжаров С.Н., докт. ист. наук,
Семин Д.А., докт. техн. наук,
Скляр П.П., докт. психол. наук,
Слащев В.А., канд. техн. наук, проф,
Тарарычкин И.А., докт. техн. наук,
Тисунова В.Н., докт. экон. наук,
Ульшин В.О., докт. техн. наук,
Утутов Н.Л., докт. техн. наук,
Фесенко Ю.П., докт. филол. наук,
Шамшина И.И., докт. юридич. наук,
Шелюто В.М., докт. филос. наук,
Яковенко В.В., докт. техн. наук

Ответственный за выпуск: Свиридова Н.Д.

Рекомендовано в печать Ученым советом Луганского национального университета имени Владимира Даля (Протокол № 12 от 27.06.2017 г.)

Материалы номера печатаются на языке оригинала.

© Луганский национальный университет имени Владимира Даля, 2017
© Lugansk Vladimir Dahl National University, 2017

СО Д Е Р Ж А Н И Е

80 ЛЕТ ПРОФЕССОРУ В.Н. ГОНЧАРОВУ – ОСНОВАТЕЛЮ ЛУГАНСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И МЕНЕДЖМЕНТА	10
---	----

Секция 1

ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО И ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕГИОНА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА

ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ <i>Грубич-Борисенко Т.В., Стародумова В.И.</i>	12
МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ <i>Панайотов К.К., Стрижиченко Н.А.</i>	15
РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА РЕГИОНА <i>Старикова О.С.</i>	18
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ <i>Точко Е.В., Фахратов Э.Т., Зубова А.С.</i>	21
ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИЗНАКОВ ДЕПРЕССИВНОСТИ РЕГИОНОВ <i>Черныш Т.А.</i>	23
РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ КАК ВАЖНЕЙШИХ ЭЛЕМЕНТОВ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КРУПНЫХ ГОРОДОВ <i>Шеломенцев А.Г., Безуглая Л.И.</i>	27

Секция 2

ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЕ ПРОЦЕССЫ В ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

КЛАСТЕР КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН СУБЪЕКТОВ РФ <i>Лихошерстова Г.Н., Сидоров А.</i>	31
ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ТУРИЗМЕ В РОССИИ <i>Богомазова И.В., Русанова А.А.</i>	35

Секция 3

ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА

ОЦЕНКА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ООО «БЕЛГОРОДСКОЕ АВИАПРЕДПРИЯТИЕ» КАК ОБЪЕКТА ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ <i>Зубова А.С., Точко Е.В.</i>	39
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА <i>Темникова Н.В.</i>	42
ВЗАИМОСВЯЗЬ КАЧЕСТВА УСЛУГ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ <i>Фруцкая В.В.</i>	45
ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ <i>Шабанова Ю.Н., Клименко И.Г.</i>	48
КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Шабанова Ю.Н., Половинка А.Е.</i>	51

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИИ ЭКСКУРСИЙ <i>Шишлаков М.Ю.</i>	55
---	----

Секция 4

ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКИХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РОССИЕЙ И РЕСПУБЛИКОЙ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ <i>Иккес Е.Э.</i>	58
АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА <i>Козьякова С.С., Шабанова Ю.Н.</i>	63
ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА <i>Комарова М.Е., Паишко Е.А.</i>	69
ОСОБЕННОСТИ ТРАНСРЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА <i>Свиридова Н.Д.</i>	72

Секция 5

РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В РАЗВИТИИ ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Гавриленко И.А., Кондратьев И.Г.</i>	75
СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕТНЕГО ОТДЫХА ДЕТЕЙ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ <i>Гавриленко И.А., Гриценко В.Г.</i>	79
АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ <i>Гавриленко И.А., Тинякова Я.Ю.</i>	83
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ «ДОСУГ»: СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ <i>Довгаль Е.А., Шаповалов В.С.</i>	87
СПЕЦИФИКА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТИПОЛОГИИ ГОСТИНИЦ <i>Довгаль Е. А., Глазкова А. С.</i>	91
ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕРМИНА «СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ» <i>Козьякова С.С., Денисова С.О.</i>	94
СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ТУРЫ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПОДХОД <i>Козьякова С.С., Саранча Е.А.</i>	98
ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ТУРОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ <i>Комарова М.Е., Торосян А.С.</i>	101
ИССЛЕДОВАНИЕ ПОНЯТИЯ «ПАЛОМНИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ» <i>Козьякова С.С., Маркевич А.М.</i>	104
ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ТУРОВ ВЫХОДНОГО ДНЯ <i>Негода А.А. Кондрашов С.А.</i>	108
ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО МАРШРУТА ДЛЯ СЕМЕЙНЫХ ТУРИСТОВ <i>Негода А.А. Тонапетян А.Г.</i>	112

ПРИРОДНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА КАК ОДИН ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ВИДОВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ <i>Рожкова Л.А., Литовченко О.Н.</i>	114
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ ПРИРОДНЫХ И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ <i>Рожкова Л.А., Лыгун И.А.</i>	117
СОСТОЯНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ <i>Свиридова Н.Д., Ненашева А.А.</i>	121
ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЛУГАНСКА <i>Шабанова Д.А., Рожкова Л.А.</i>	123
РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ <i>Шабанова Ю.Н., Разина К.А.</i>	126

Секция 6

ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА

СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ <i>Алейников А.А., Ильяшова А.В.</i>	130
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ <i>Алейников А.А., Малгин Д.И.</i>	134
БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА <i>Алейников А.А., Федорищев Э.И.</i>	137
ТЕХНОЛОГИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ <i>Гавриленко И.А.</i>	141
УЧЕТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ <i>Ефременко Е.В., Терешонок Е.Н.</i>	146
ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГЛАВНОГО БУХГАЛТЕРА ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ <i>Ковба А.Ю., Кобецанов А.С.</i>	151
НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ ПОРТФЕЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ БАНКА <i>Куценко Н.А.</i>	156
АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ <i>Негода А.А.</i>	159
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ УКРАИНЫ И РОССИИ <i>Рахманая И.А., Шовкун Е. Ю.</i>	163
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НАЛОГОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РЕГИОНА <i>Салита С.В.</i>	169
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ <i>Точко Е.В., Эльвин Тофик оглы Фахратов, Зубова А.С.</i>	172

CONTENTS

80 YEARS TO THE PROFESSOR V.N. GONCHAROV - FOUNDER LUGANSK SCIENTIFIC SCHOOL OF ORGANIZATION MANUFACTURE AND MANAGEMENT.....	10
--	----

Section 1

ASSESSMENT OF THE CURRENT SOCIO-ECONOMIC AND ECOLOGICAL STATE OF THE REGION AND ITS IMPACT ON THE DEVELOPMENT OF TOURISM

INFLUENCE OF ECOLOGICAL TOURISM DEVELOPMENT ON THE ENVIRONMENT <i>Grubich-Borisenko T., Starodumova V.</i>	12
THE MONITORING OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION AS A STRATEGIC FACTOR TO IMPROVE ITS EFFECTIVENESS <i>Panayotov K., Strizhichenko N.</i>	15
RESOURCE POTENTIAL AND ITS USE IN THE CRISIS REGION <i>Starikova O.</i>	18
ECO-TOURISM IN THE BELGOROD REGION: PROBLEMS AND PROSPECTS <i>Tochko E., Fahratov E., Zubova A.</i>	21
IDENTIFYING THE SIGNS OF DEPRESSION REGIONS <i>Chernish T.</i>	23
THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND RECREATION AS IMPORTANT ELEMENTS OF A HEALTHY LIFESTYLE OF THE POPULATION IN MAJOR CITIES <i>Shelomentsev A., Bezuglaya L.</i>	27

Section 2

INNOVATION AND INVESTMENT PROCESSES IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

CLUSTER AS A TOOL FOR INNOVATION AND INVESTMENT MANAGEMENT DEVELOPMENT OF TOURIST AND RECREATIONAL AREAS OF THE CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION <i>Lihosherstova G., Sidorov A.</i>	31
IMPORT SUBSTITUTION IN TOURISM IN RUSSIA <i>Bogomazova I., Rusanov A.</i>	35

Section 3

PROBLEMS OF INCREASING THE COMPETITIVENESS OF THE TOURISM PRODUCT

EVALUATION OF ECONOMIC ACTIVITY OF LLC "BELGOROD AVIATION ENTERPRISE" AS AN OBJECT OF TOURIST INFRASTRUCTURE <i>Zubova A., Tochko E.</i>	39
USE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF TOURISM SUBJECTS <i>Temnikova N.</i>	42

RELATIONSHIP OF QUALITY OF SERVICES AND COMPETITIVENESS ENTERPRISES OF HOTEL INDUSTRY <i>Frutskaya V.</i>	45
FORMATION OF TOURISM INFRASTRUCTURE IN INDUSTRIAL TERRITORIES <i>Shabanova J., Klimenko I.</i>	48
COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE TOURIST ENTERPRISE <i>Shabanova J., Polovinka A.</i>	51
INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE ORGANIZATION AND EXCURSIONS <i>Shyshlakov M.</i>	55

Section 4

TRANSBOUNDARY COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM DEVELOPMENT

THE DEVELOPMENT OF TOURISM TIES BETWEEN RUSSIA AND THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AT THE MODERN STAGE <i>Ikkes E.</i>	58
CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CONTEXT OF CROSS-BORDER COOPERATION <i>Kozyakova S., Shabanova J.</i>	63
CROSS-BORDER COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM DEVELOPMENT <i>Komarova M., Pashko E.</i>	69
FEATURES TRANS-REGIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM <i>Sviridova N.</i>	72

Section 5

DEVELOPMENT OF THE TOURISM AND HOSPITALITY INDUSTRY IN MODERN CONDITIONS

THE ROLE OF MARKETING STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL ENTERPRISE <i>Gavrilenko I., Kondratiev I.</i>	75
SPECIFICITY OF ORGANIZATION OF SUMMER HOLIDAY OF CHILDREN IN LUHANSK-NATIONAL REPUBLIC <i>Gavrilenko I., Gritsenko V.</i>	79
ANIMATIONAL ACTIVITY AND TECHNOLOGY FOR THE DEVELOPMENT OF ANIMATION PROGRAMS <i>Gavrilenko I., Tinyakova Y.</i>	83
THEORETICAL ASPECTS OF THE "LEISURE" CONCEPT: STRUCTURE AND CONTENT <i>Dovgal E.A., Shapovalov V.S.</i>	87
SPECIFICITY OF PROVIDING ADDITIONAL SERVICES DEPENDING ON THE TYPOLOGY OF HOTELS <i>Dovgal E.A., Glazkova A.C.</i>	91
THEORETICAL SUBSTANTIATION OF THE TERM «EVENT TOURISM» <i>Kozyakova S., Denisova S.</i>	94

SPECIALIZED TOURS FOR FOREIGN TOURISTS: AN ORGANIZATIONAL APPROACH <i>Kozyakova S., Sarancha E.</i>	98
ORGANIZATION OF EXTREME TOURS AS A WAY FOR INCREASING TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION <i>Komarova M., Torosyan A.</i>	101
A STUDY OF THE CONCEPT OF «PILGRIMAGE TOURISM» <i>Kozyakova S., Markevich A.</i>	104
INVESTIGATION OF FEATURES OF TOURS OF THE WEEKEND <i>Nehoda A., Kondrashov S.</i>	108
PECULIARITIES OF THE TECHNOLOGY FOR DEVELOPMENT OF THE HEALTH ROUTE FOR FAMILY TOURISTS <i>Nehoda A., Tonapetyan A.</i>	112
NATURALLY-ORIENTED KINDS OF TOURISM AS ONE OF THE PERSPECTIVE TYPES OF TOURISM DEVELOPMENT V LUGAN PEOPLE'S REPUBLIC OF <i>Rozhkova L., Litovchenko O.</i>	114
EVALUATION OF TOURIST POTENTIAL OF THE LUHANSK REGION: PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT BASED ON NATURAL AND CULTURAL AND HISTORICAL RESOURCES <i>Rozhkova L., Lygun I.</i>	117
THE STATUS AND ORGANIZATION OF SPORTS EVENTS IN THE LUHANSK PEOPLE'S REPUBLIC <i>Sviridova N., Nenasheva A.</i>	121
BUSINESS TOURISM AS A PROMISING DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF LUGANSK <i>Shabanova D., Rozhkova L.</i>	123
RESOURCE POTENTIAL AND ITS EFFECT ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISTIC INDUSTRY <i>Shabanova Yu.N., Razin K.A.</i>	126

Section 6

FINANCIAL ASPECTS OF THE ACTIVITIES OF TOURISM ENTITIES

ESSENCE OF FINANCIAL PLANNING AT ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS OF RECREATIONAL AREA <i>Aleynikov A., Ilyashova A.</i>	130
THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATION OF THE FINANCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE <i>Aleynikov A., Malgin D.</i>	134
BANKING LENDING TOURISM SUBJECTS <i>Aleynikov AA, Fedorishchev E.I.</i>	137
TECHNOLOGY OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF CONSUMER GOODS <i>Gavrilenko I.</i>	141

ACCOUNTING IN THE ENTERTAINMENT ENTERPRISES OF THE TOURISM SPHERE: MAIN ASPECTS OF ITS ORGANIZATION <i>Efremenko E., Tereshonok E.</i>	146
RESPONSIBILITY OF THE CHIEF ACCOUNTANT OF THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS <i>Kovba A., Kobewanov A.</i>	151
NECESSITY OF CREATION OF PORTFOLIO MANAGEMENT SYSTEM OF THE BANK ASSETS <i>Kusenko N.</i>	156
ASPECTS OF ECONOMIC SAFETY IN TOURISM BUSINESS <i>Negoda A.</i>	159
EVALUATION OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF BANKS OF UKRAINE AND RUSSIA <i>Rahmana L., Shovkun E.</i>	163
PROBLEMS OF MANAGING THE TAX POTENTIAL OF THE REGION <i>Salita S.</i>	169
ECONOMIC AND FINANCIAL PROBLEMS OF TOURISM ENTERPRISES AND THE WAYS OF THEIR RESOLUTION <i>Tochko E., Elvin Tofik oglu of Fahratov, Zubova A.</i>	172

80 ЛЕТ ПРОФЕССОРУ В.Н. ГОНЧАРОВУ – ОСНОВАТЕЛЮ ЛУГАНСКОЙ НАУЧНОЙ ШКОЛЫ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОИЗВОДСТВА И МЕНЕДЖМЕНТА



Читатель, желающий узнать жизненный путь профессора В.Н. Гончарова, получит исчерпывающую информацию из Биографической справки, приведенной в конце статьи. Нам же, друзьям и коллегам юбиляра, хотелось бы представить читателю сам облик, образ жизни этого удивительного человека.

Профессор Валентин Николаевич Гончаров, достигший значительных высот в науке, все еще занят своей работой и полон энергии, планов работы с молодыми учеными. Это, пожалуй, и есть главная его черта – врожденная и воспитанная жизнью потребность трудиться на радость себе и во благо людей. Результаты труда В.Н. Гончарова – в сотнях его научных работ, во множестве публичных выступлений, участии во внедрении научных решений в практику, в учебный процесс, в подготовке десятков ученых и сотен специалистов.

К началу своего трудового пути в должности главного инженера, а затем молодого руководителя производственного предприятия Валентин Николаевич получил два высших образования – сначала в Новочеркасском политехническом институте, а потом – в Московском институте управления. Затем предстояло пройти тернистый путь восхождения по научным ступеням защиты кандидатской и докторской диссертаций.

В дальнейшем вся деятельность В.Н. Гончарова посвящена становлению и развитию возглавляемых им кафедр, вначале в Луганском машиностроительном институте (ныне – ЛНУ им. В. Даля), а затем в Луганском национальном аграрном университете. Здесь проявился менеджерский талант В.Н. Гончарова в умении интегрировать способности, исследовательский дар разных ученых, целых научных коллективов в единый научный поток. Благодаря Валентину Николаевичу Луганск ярко засиял на научной карте Украины.

Опираясь на богатейшую промышленную базу региона, В.Н. Гончарову удавалось создавать высокопрофессиональные коллективы, способные сотрудничать с десятками предприятий, что дало серьезные научные результаты. Именно профессор В.Н. Гончаров сделал ставку в научной работе своих коллективов на решение практических проблем. Десятилетиями проводя громадную исследовательскую работу на многочисленных предприятиях, он как руководитель и каждый член его научного коллектива приобретали опыт, терпели неудачи на научной стезе и добивались успехов. Именно этот симбиоз теоретической и практической работы и стал неисчерпаемым источником плодотворной научной деятельности профессора В.Н. Гончарова на всю жизнь.

Одной из первых монографий, которые вывели научный коллектив Луганска на общесоюзную арену, стала изданная в 1987 году в издательстве «Экономика» (г. Москва) работа «Оперативное управление производством. Опыт разработки и совершенствования систем» В.Н. Гончарова, А.Н. Колосова и Г.И. Дибниса, в которой авторы теоретически обобщили опыт создания систем оперативного управления производством в тот период, когда эта задача была актуальной для тысяч предприятий.

Проблемы оперативного управления производством и далее исследовались В.Н. Гончаровым, свидетельством чему стал выход в том же году в киевском издательстве «Техника» монографии «Сбалансированное планирование заготовительного производства» (авторы – В.Н. Гончаров, А.В. Козаченко, А.К. Дубина). В изданной в украинском издательстве «Вища школа» в 1989 году монографии «Совершенствование организации машиностроительного производства» (авторы – Гончаров В.Н., Колосов А.Н., Радомский С.И.) были представлены решения актуальных проблем организации

производственных процессов не только в аспекте оперативного управления, но и совершенствования внутренней специализации предприятий. Результаты исследования проблематики управления производственными процессами в условиях интенсификации отразились в таких монографиях, как «Обновление парка оборудования в условиях интенсификации производства» (Киев: Техника, 1990), «Адаптация промышленных предприятий к научно-техническим нововведениям» (Киев: Техника, 1992).

В.Н. Гончаров как последователь современной школы управления занимался исследованием проблем мотивации человека в управленческом процессе. Результаты данных исследований изложены в таких трудах, как «Формирование системы мотивации на предприятиях в условиях перехода к рыночной экономике» (В.Н. Гончаров и С.И. Радомский. – К.: Техника, 1999), «Гуманизация труда: адаптация организационно-технических систем к человеку» (В.Н. Гончаров, В.В. Дорофиев, С.И. Радомский. – Донецк: Альматео, 2005) и др.

Сегодня, оглядываясь на годы активной научной деятельности профессора В.Н. Гончарова, с уверенностью можно считать его основателем луганской научной школы организации производства и менеджмента. Научные работы В.Н. Гончарова и его коллег отличает своевременность, актуальность, поэтому они не только исторически важны, но и остаются составной частью научной платформы для дальнейшего развития науки. Из слагаемых успеха научной лаборатории профессора В.Н. Гончарова, которые сыграли решающую роль, стоит выделить следующие существенные моменты, характеризующие стиль научной работы юбиляра.

Первое – это живая связь науки и практики как принцип выбора актуальных направлений исследований, которые не только опираются на результаты прежней работы, а отвечают насущным потребностям практики. Профессор В.Н. Гончаров своим научным опытом подтвердил жизнеспособность данного принципа.

Второе – это командная работа, которой привержен профессор В.Н. Гончаров, это демократический стиль работы его команды, где каждый имеет равный голос во всем, что направлено на научный результат.

Третье – это меморандум В.Н. Гончарова, его требование, которое он выставляет как условие всем, с кем сотрудничает, – требование активно, последовательно и слажено работать на научный результат.

И **четвертое** – это человечность, которую В.Н. Гончаров как научный руководитель постоянно проявляет в заботе о каждом своем коллеге, во всесторонней помощи, которую только он в состоянии оказать.

Биографическая справка

Гончаров Валентин Николаевич – заслуженный деятель науки и техники Украины (1995), доктор экономических наук (1989), профессор (1991), академик Академии экономических наук (1998), предпринимательства и менеджмента Украина (1993), Международной академии науки и практики организации производства (1995, г. Москва, Россия), Международной академии экологии и безопасности жизнедеятельности (1999, г. Санкт-Петербург, Россия), Международной академии труда и занятости (2001, г. Ижевск, Россия), член-корреспондент Инженерной академии Украины (1992), член-корреспондент Европейской академии наук, искусств и гуманитарных наук (г. Париж, Франция, ЮНЕСКО, 2003), почетный профессор Восточноукраинского университета им. В. Даля (2001), почетный профессор Донецкой академии управления (2004), почетный доктор Воронежского технического университета, почетный гражданин г. Луганска (1997), городов Хендерсена, Килгор и штата Техас США (1996).

Подготовил более 50 кандидатов экономических наук и 11 докторов, среди которых – аспиранты из Германии, Эфиопии, Индии, Кубы. Является автором свыше 30 монографий, 40 учебных пособий и 300 научных статей в сборниках научных трудов ведущих учебных центров Украины и России, 50 статей издано за рубежом, в том числе в Германии, Польше, Венгрии, Чехии, Болгарии, Румынии, Греции, Норвегии, США.

СЕКЦИЯ 1**ОЦЕНКА СОВРЕМЕННОГО
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО И
ЭКОЛОГИЧЕСКОГО СОСТОЯНИЯ РЕГИОНА
И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА**

УДК 338.48

**ВЛИЯНИЕ РАЗВИТИЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА
НА ОКРУЖАЮЩУЮ СРЕДУ****Грубич-Борисенко Т.В., Стародумова В.И.****INFLUENCE OF ECOLOGICAL TOURISM DEVELOPMENT
ON THE ENVIRONMENT****Grubich-Borisenko T., Starodumowa V.**

В статье рассмотрен экологический туризм как форма деятельности человека, способствующая защите и охране окружающей природной среды. Рассмотрены отличительные особенности экологического туризма.

Ключевые слова: экологический туризм, окружающая природная среда, охрана природы, особо охраняемые территории, экологическая сеть.

В настоящее время, все более усугубляющийся процесс увеличения техногенных территорий и распашки земель привел к нарушению природных гидрологических и химических циклов, климатических условий, нарушению стабильности экосистем в целом. Развитие транспортных систем, да и в целом антропогенная деятельность человека, является как минимум - фактором беспокойства для реципиентов окружающей природной среды, нарушающим тем самым естественные миграционные процессы.

В этой связи на ум приходят слова В.И. Вернадского «В гуще, в интенсивности и в сложности современной жизни человек практически забывает, что он сам и все человечество, от которого он не может быть отделен, неразрывно связаны с биосферой – с определенной частью планеты, на которой они живут. Они геологически закономерно связаны с ее материально-энергетической структурой» [1].

Уже более чем пол века человечество пытается найти компромисс между своей деятельностью и возможностями нашей планеты с целью сохранения приемлемых условий существования для себя и будущих поколений, а по возможности и обеспечить восстановление окружающей природной среды. Примерами такой деятельности могут быть:

- природоохранные мероприятия призванные минимизировать воздействие техносферы на окружающую среду;

- концепция заповедания территорий, призванная обеспечить сохранение природных, нетронутых территорий для обеспечения процессов самовосстановления экосистем;

- концепция создания экологической сети, как следующий этап концепции заповедания и пр.

Не исключением является и сфера туристической деятельности. На данный момент основное развитие в данной сфере получили направления [2, 3]:

- тур-реализм, подразумевающее максимальное погружение в культуру региона, при котором туристический оператор обеспечивает туристу максимальные комфорт, сервис и безопасность.

- организованный массовый туризм, при котором отдыхающие практически не контактируют с регионом пребывания и имеют возможность увидеть только лишь малую часть

достопримечательностей и ознакомиться только со специально «адаптированной» для туристов местной культурой;

- дикий (индивидуальный) туризм, при котором отдыхающий предоставлен сам себе и должен самостоятельно составлять культурную программу и решать все возникающие проблемы в незнакомой стране.

Все приведенные направления туристической деятельности, косвенно или непосредственно, характеризуются повышенным воздействием на окружающую природную среду.

В последнее время в цивилизованном мире все большую актуальность приобретает направление экологического туризма - формы устойчивого туризма, сфокусированной на посещениях относительно нетронутых антропогенным воздействием природных территорий. Он предполагает отказ от культа комфорта, массовых коммуникаций, доступности и потребления все более многочисленных туристических благ.

Экотуризм прививает другую систему ценностей, которыми становятся созерцание природы, духовное обогащение от общения с ней, сопричастность к охране природного наследия и поддержке традиционной культуры местных сообществ [4, 5].

Не смотря на множество определений понятия экологического туризма в академической и профессиональной сфере все они сводятся к главному – развитие системы ценностей совместимой с концепцией устойчивого развития и охраной окружающей природной среды.

Отличительными особенностями экотуризма являются:

- стимулирование и удовлетворение желания общаться с природой;

- путешествие в природу, причем главное содержание таких путешествий - знакомство с живой природой, а также с местными обычаями и культурой;

- предотвращение негативного воздействия на природу и культуру;

- сведение к минимуму негативных последствий экологического и социально-культурного характера, поддержание экологической устойчивости среды;

- содействие охране природы и местной социо-культурной среды;

- содействие охране природы и природных ресурсов;

- экологическое образование и просвещение;

- участие местных жителей и получение ими доходов от туристической деятельности, что создает для них экономические стимулы к охране природы;

- экономическая эффективность и обеспечение социально-экономического развития территорий;

- содействие устойчивому развитию посещаемых регионов.

Само развитие экологического туризма и его перспективы напрямую связаны с наличием и состоянием особо охраняемых природных территорий, являющихся важным звеном в природном рекреационном потенциале любого государства и имеющих целый ряд преимуществ:

- располагаются в наиболее живописных, привлекательных, интересных с познавательной точки зрения местах;

- обладают сложившейся системой обслуживания туристских групп, отработанной системой туристских маршрутов, опытом организации просветительской работы;

- располагают определенной инфраструктурой и подготовленным персоналом;

- формируют отношение местного населения к конкретному природному образованию и существующим на его территории экологическим ограничениям на хозяйственную деятельность.

Мудрый экологический менеджмент туристической деятельности, а особенно, гостиниц - меры по водо- и энергосбережению, минимизация отходов, использование экологически чистых материалов и т.д. - может снизить экологическое воздействие от туризма.

Таким образом, развитие экологического туризма способствует:

воспитанию культурных качеств человека, развитию мышления на принципах сохранения природной среды,

обоснованию необходимости сохранения и преумножения природного потенциала территорий для местного населения;

получению и перераспределению финансовых средств от осуществления туристической деятельности для стимулирования и развития природоохранной деятельности - заповедания, строительства и развертывания национальной экологической сети.

интенсификации внедрения ресурсосберегающих и природоохранных технологий в бытовой и промышленной сфере.

Л и т е р а т у р а

1. Вернадский В.И. Живое вещество: биосфера, человек. В кн. «Начало и вечность жизни». – М.: Сов. Россия, 1989, стр. 49-189

2. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. М, 1998.

3. Актуальные задачи развития туризма в России на современном этапе и задачи Национальной академии туризма / Под ред. Ю.В.Кузнецова и др. - СПб., 2002.

4. Кутузов А.В. Роль экологического туризма в формировании новой системы принципов отношения к окружающей среде // Материалы 13-й международной конференции молодых ученых 26-30 декабря 2002 г. «Человек. Природа. Общество. Актуальные проблемы». - Санкт-Петербург, 2002. — С. 719.

5. Лукичев А.Б. Сущность устойчивого и экологического туризма // Российский Журнал Экотуризма. — 2011. — № 1. — С. 3-6.

6.Казначеев В.П. Учение В.И. Вернадского о биосфере и ноосфере / В.П. Казначеев; отв. ред. В.К. Шумный; АН СССР, Сиб. отд-ние; Ин-т цитологии и генетики. – Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние, 1989. – 248 с. – Библиогр.: с. 239-246.

References

1.Vernadskiy V.I. Zhivoe veschestvo: biosfera, chelovek. V kn. «Nachalo i vechnost zhizni». – М.: Sov. Rossiya, 1989, str. 49-189

2.Azar V.I, Tumanov SYu. Ekonomika turistskogo ryinka. М, 1998

3.Aktualnyie zadachi razvitiya turizma v Rossii na sovremennom etape i zadachi Natsionalnoy akademii turizma / Pod red. Yu.V.Kuznetsova i dr. - SPb., 2002.

4.Kutuzov A.V. Rol ekologicheskogo turizma v formirovaniy novoy sistemyi printsipov otnosheniya k okruzhayushey srede // Materialy 13-y mezhdunarodnoy konferentsii molodyih uchenyih 26-30 dekabrya 2002 g. «Chelovek. Priroda. Obschestvo. Aktualnyie problemyi». Sankt-Peterburg, 2002. — S. 719.

5.Lukichev A.B. Suschnost ustoychivogo i ekologicheskogo turizma // Rossiyskiy Zhurnal Ekoturizma. — 2011. — # 1. — S. 3-6.

6.Kaznacheev V.P. Uchenie V.I. Vernadskogo o biosfere i noosfere / V.P. Kaznacheev; отв. ред. В.К. Шумный; АН СССР, Сиб. отд-ние; Ин-т цитологии и генетики. – Новосибирск: Наука, Сиб. отд-ние, 1989. – 248 с. – Библиогр.: с. 239-246.

Grubich-Borisenko T., Starodumova W. INFLUENCE OF ECOLOGICAL TOURISM DEVELOPMENT ON THE ENVIROMENT

The article considers ecological tourism as a form of human activity, contributing to the protection and protection of the natural environment. The distinctive features of ecological tourism are considered.

Key words: ecological tourism, surrounding environment, nature protection, specially protected areas, ecological network.

Грубич-Борисенко Т.В. – старший преподаватель, кафедра охраны труда и БЖД, ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Стародумова В.И. – студент гр. ЕКЗ-661м, кафедра туризма и гостиничного хозяйства, ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Grubich-Borisenko T. - Senior Lecturer, Department of Labor Protection and Belarusian Railway, "Luhansk National University named after Vladimir Dal"

Starodumova V. - the student gr. ЕКЗ-661м, chair of tourism and hotel management, "Lugansk National University named after Vladimir Dahl"

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., проф., директор института экономики и финансов ЛНУ им.В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 330.34

МОНИТОРИНГ СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА КАК СТРАТЕГИЧЕСКИЙ ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ

Панайотов К.К., Стрижиченко Н.А.

THE MONITORING OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION AS A STRATEGIC FACTOR TO IMPROVE ITS EFFECTIVENESS

Panayotov K., Strizhichenko N.

В исследовании конкретизирован механизм мониторинга социально-экономического развития региона, основанный на системном междисциплинарном подходе к измерению социально-экономических и трансформационных параметров. В результате разработана обобщенная схема использования системного междисциплинарного подхода к мониторингу региональных социально-экономических изменений, через установление ее семантической определенности и анализ блока управления системой с формированием рекомендаций в области совершенствования блока управления.

Ключевые слова: мониторинг социально-экономического развития, мезоэкономический подход, геоэкономическая система, векторы измерения социально-экономических и трансформационных процессов, новационное моделирование.

Современный этап развития общества характеризуется возрастанием роли и значения регионов в управлении социально-экономическими процессами. Но практика свидетельствует о том, что в настоящее время региональное развитие характеризуется целым комплексом проблем, к которым относятся спад производства, снижение качества жизни населения, разрушение социальной инфраструктуры, моральный и физический износ объектов жилищно-коммунального хозяйства т.д. Их решение возможно при условии модернизации существующих управленческих механизмов, что, на наш взгляд, обеспечит более эффективное использование потенциала территории, тем самым повышая конкурентоспособность регионов.

При этом формирование социально-экономической политики, проводимой региональными органами власти, осложняется отсутствием достаточной информации о процессах, протекающих в экономической и социальной сферах региона. На наш взгляд, мониторингу региональных

процессов как инструменту диагностики уровня и динамики развития территорий принадлежит первенство в определении приоритетных направлений и резервов их устойчивого сбалансированного роста.

Тем не менее, проведенные исследования показывают, что основными негативными аспектами существующей системы мониторинга социально-экономического развития регионов являются: отсутствие единой согласованной базы данных, разрозненность и несогласованность субъектов мониторинга, недостаточная оперативность сбора данных, отсутствие способов интерпретации получаемых результатов и т.д., что не позволяет своевременно получать достоверную и актуальную информацию, которая является основой для формирования региональной социально-экономической политики. Недостаточная теоретическая проработанность и высокая значимость обозначенных вопросов обуславливают актуальность исследований в области совершенствования организационно-методических основ мониторинга и управления региональным социально-экономическим развитием. Этим определяется актуальность и выбор темы исследования, его научная и прикладная значимость.

Теоретической базой проведенного исследования послужили исследовательские публикации по проблемам функционирования системы мониторинга социально-экономического развития территории. Теоретико-методологические аспекты управления региональной экономикой глубоко изучены в трудах отечественных и зарубежных ученых. В то же время, несмотря на значительный объем исследований по вопросам регионального развития, требуют более пристального исследовательского внимания

теоретико-методические и прикладные аспекты формирования эффективной системы мониторинга социально-экономической ситуации в регионах. Это обстоятельство негативно сказывается на качестве разработки региональных стратегий, на выявлении возможностей повышения конкурентоспособности территорий за счет их устойчивого сбалансированного развития.

Как известно, социально-экономический мониторинг развития территории представляет собой процесс систематического сбора и обработки информации, которая может быть использована для улучшения процесса принятия решений, а также косвенно для информирования общественности или прямо как инструмент обратной связи в целях осуществления территориальных проектов, оценки программ или выработки политики.

Описанный процесс имеет три целевых аудитории, и для каждой из них имеет первостепенное значение в контексте перспективной динамики развития. Так, мониторинг социально-экономического развития региона с позиции государства проводится главным образом для получения необходимой информации в целях корректировки региональной политики и разработки комплексно-целевых программ поддержки основных видов экономической деятельности и территорий. Для инвесторов такой мониторинг дает возможность получить сведения об особенностях инвестиционного климата в регионе, об уровне и характере рисков при осуществлении инвестиционных проектов [1, с. 52], а также выявить потенциальные стимулы для размещения инвестиционных ресурсов, предоставляемые органами государственной власти или обусловленные природно-ресурсным, кадровым и инновационным потенциалом территории. Целевым ориентиром проведения мониторинга регионального развития для населения выступает представление о степени благополучия региона и комфортности проживания в нем с позиций социально-экономической и общественной стабильности и безопасности [2, с. 77].

При исследовании региона следует ясно понимать, что объектом изучения в первую очередь является не хозяйствующие субъекты или экономические агенты, а отношения, возникающие между ними, которые принято относить к категории экономических, протекающих в определенной совокупности допущений, осуществляемых субъектом исследования. Именно по этим показателям оценивается развитие региона, представляется моделью целостной и самостоятельной системы в условиях современной экономики [3, с. 29].

В адекватной современным условиям модели управления социально-экономическим развитием региона акцент должен переноситься на стратегическое управление и его информационно-технологическое обеспечение, которые должны быть нацелены на формирование и содержание уникальной позиции территории в глобальной экономике, а также

на объединение интеллектуальных усилий и высоких технологий.

Сегодня экономики стран, регионов и городов целесообразно рассматривать как специализированные части геоэкономической системы, а внутреннее пространство - как часть единого экономического пространства. Поэтому в условиях глобализации целесообразно описывать территорию с точки зрения мезоэкономического подхода. В рамках такого системного подхода регион имеет свойства временной зависимости, пространственной неоднородности и самоорганизации.

Компаративный анализ диалектического и синергетического методологических подходов в исследовании развития, как динамического процесса, позволил нам прийти к заключению, что значимость синергетического подхода повышается по мере нарастания нелинейности процессов развития, осложнения структурной организации региональных социально-экономических систем в процессе их превращения в субъекты глобальной экономики.

Таким образом, исходя из синергетического методологического подхода, экономика региона как территориально-общественная система, образованная под влиянием различных факторов и имеющая особый генезис, представляется нам как совокупность всех институциональных единиц (резидентов конкретной экономической территории, нерезидентов, ведущих свою деятельность на ней и находящихся во взаимодействии друг с другом).

Проведенные исследования и сопоставления возможностей различных подходов к изучению регионального развития дают возможность утверждать, что системный междисциплинарный подход к измерению социально-экономических и трансформационных процессов в регионе позволяет решать задачу согласования уровней и предполагает развертывание исследований по трем направлениям. Указанные направления являются, по сути, основными векторами измерения социально-экономических и трансформационных процессов в регионе:

- системное или пространственно-временное направление (включая измерители процессов трансформации экономического пространства и эволюции социально-экономической системы в пространстве и времени);

- структурное направление (включая измерители процессов структурной трансформации экономики и ее качества);

- поведенческое направление (включая измерители, нацеленные на выявление и изучение моделей поведения агентов и трансформации институтов).

Мониторинг региональной социально-экономической системы в рамках этих трех направлений позволит, по нашему мнению, получить следующие результативные разработки:

- новационное моделирование организации производительных сил, размещения факторов

производства и научных основ региональной социально-экономической политики;

- новационное моделирование экономики (используемое для прогноза и имеющее критические параметры развития экономики и социума);

- новационное моделирование самоуправления и самоорганизации сообщества.

Комбинирование трех рассмотренных выше векторов измерения региональных социально-экономических и трансформационных процессов позволяет предложить следующую общую схему использования системного междисциплинарного подхода к мониторингу региональной социально-экономической системы:

1. Установление семантической определенности системы, ее общих и индивидуальных (специфических) свойств в контексте достижения цели, стоящей перед системой и выполняемых ею функций.

2. Исследование структуры системы, включая ее декомпозиции и структурные элементы, изучение структуры подсистем и особенностей элементов системы, характера их взаимосвязей, исследование функций, которые они выполняют в системе, рассмотрение подсистем в их взаимосвязи.

3. Исследование воспроизводственного процесса - анализ «входа» в систему (ресурсное обеспечение, факторы и возможности) и «выхода» (конечный продукт) из нее, а также функциональный анализ подсистем в контексте их участия в воспроизводственном процессе; синтез результатов с целью формирования выводов об уровне организованности системы.

4. Типология систем на основе оценки уровня их организованности и особенностей их поведения; определение системных критериев эффективности системы.

5. Исследование блока управления системой и формирование рекомендаций в области совершенствования блока управления.

Л и т е р а т у р а

1. Пакуліна Г.С. Регулювання розвитку соціально-значущих видів діяльності регіональної економіки / Г. С. Пакуліна // Kluczowe aspekty naukowej działalności – 2014 : materiały X Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 07-15 stycznia 2014. – Przemysł : Nauka i studia, 2014. – Volume 5. Ekonomiczne nauki. – S. 51-54.

2. Пакуліна Г.С. Розробка прогнозу соціально-економічного розвитку / Г.С. Пакуліна // Naukowa myśl informacyjnej powieki – 2011 : materiały VII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 07–15 marca 2011. – Przemysł : Nauka i studia, 2011. – Volume 7. Ekonomiczne nauki. – S. 76-78.

3. Лапин Н. И. Регион, его статус и функции в российском обществе: теоретико-методологические основы исследования / Н. И. Лапин // Социс. – 2006. – № 8. – С. 25-34.

References

1. Pakulina G. S. Regulyuvannya rozvitku social'no-znachushchih vidiv diya-l'nosti regional'noi ekonomiki / G. S. Pakulina // Kluczowe aspekty naukowej działalności – 2014 : materiały X Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 07-15 stycznia 2014. – Przemysł : Nauka i studia, 2014. – Volume 5. Ekonomiczne nauki. – S. 51-54.

2. Pakulina G. S. Rozrobka prognozu social'no-ekonomichnego rozvitku / G. S. Pakulina // Naukowa myśl informacyjnej powieki – 2011 : materiały VII Międzynarodowej naukowo-praktycznej konferencji, 07–15 marca 2011. – Przemysł : Nauka i studia, 2011. – Volume 7. Ekonomiczne nauki. – S. 76-78.

3. Lapin N. I. Region, ego status i funkcii v rossijskom obshchestve: teoretiko-metodologicheskie osnovy issledovaniya / N. I. Lapin // Socis. – 2006. – № 8. – S. 25-34.

Panayotov K., Strizhichenko N.

THE MONITORING OF SOCIO-ECONOMIC DEVELOPMENT OF THE REGION AS A STRATEGIC FACTOR TO IMPROVE ITS EFFECTIVENESS

In a research the mechanism of monitoring of social and economic development of the region is concretized. The mechanism is based on system cross-disciplinary approach to measurement of social and economic and transformational parameters. The generalized scheme of use of system cross-disciplinary approach to monitoring of regional social and economic changes is as a result developed. Semantic definiteness of the scheme is established and the analysis of the control unit of system with formation of recommendations in the field of improvement of the control unit is carried out.

Keywords: monitoring of social and economic development, mesoeconomic approach, geoeconomic system, vectors of measurement of social and economic and transformational processes, innovative modeling.

Панайотов К.К. - к.т.н., доц., декан ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля», Краснодарский факультет инженерии и менеджмента

E-mail: k.panayotov@mail.ru

Стрижиченко Н.А. - к.э.н., доц., заведующий кафедрой «Гуманитарных и социально-экономических дисциплин» ГОУ ВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля», Краснодарский факультет инженерии и менеджмента

E-mail: krafim1995@yandex.ru

Panayotov K. - candidate of technical Sciences, D.assoc., Luhansk national University named after V.Dahl, Krasnodonsky Faculty of Engineering and Management

E-mail: k.panayotov@mail.ru

Strizhichenko N. - candidate of economic Sciences, D.assoc, Head of the Department of Humanitarian and Socio-Economic Disciplines, Luhansk National University named after Vladimir Dahl, Krasnodonsky Faculty of Engineering and Management

E-mail: krafim1995@yandex.ru

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н, проф., директор института экономики и финансов ЛНУ им.В.Даля

УДК 332.1

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА РЕГИОНА

Старикова О.С.

RESOURCE POTENTIAL AND ITS USE IN THE CRISIS REGION

Starikova O.

В статье рассмотрены процессы эффективного управления и использования ресурсного потенциала региона в период кризисных явлений. Представлены основные ограничители при использовании ресурсов. А также оценены характеристики ресурсного потенциала на основе принципов сбалансированности и достаточности ресурсов для достижения целей развития территории.

***Ключевые слова:** ресурсы, экономическое развитие региона, составляющие ресурсного потенциала региона.*

Постановка проблемы

Региональное экономическое развитие представляет собой неравномерный процесс со сложной внутренней структурой, представляющей собой единство технологических, экономических, политических и социальных элементов. Кризисные явления, которые наблюдаются как в масштабе мировой экономики, так и в региональных процессах, формируют мнение, что каждый регион имеет свои отличия и его качественной характеристикой выступают именно ресурсы, являясь чрезвычайно актуальным при управлении регионом. [4]

В связи с этим эффективность управления региональным развитием зависит от оптимальности процессов мобилизации, распределения и воспроизведения экономических факторов в рамках структурных составляющих региональной системы хозяйствования. В свою очередь, эффективность процесса мобилизации, распределения и воспроизведения неразрывно связана с состоянием использования ресурсного потенциала региона.

Оценка ресурсного потенциала на основе анализа природного, социального, производственного и научно-технического потенциала позволяет учесть особенности развития и размещения ресурсов в регионе.

В тоже время, ресурсный потенциал является основным средством реализации региональных структурообразующих проектов, направленных на активизацию хозяйственной деятельности и, как

следствие, на улучшение социально-экономического положения региона, который существует в условиях кризиса.

Анализ последних исследований и выделение нерешенных частей общей проблемы

Вопрос о значении ресурсного потенциала в развитии региона и его управления рассматривался многими учеными. Так, в определении сущности использования ресурсным потенциалом региона прослеживается наличие таких доминант: человеческий ресурс - Берестов В.Л. и Буданова М.В. [1, с.115]; сбалансированная система показателей - Каплан Роберт С., Нортон Дейвит П. [2, с.202]; фактор стабильности - Кашников В. И. [3, с.44], уровень знаний населения - Трапезникова В.А. [6, с.84] и другие.

Однако в система мероприятий, принципы и методы управления рациональным использованием ресурсного потенциала регионов в современных условиях недостаточно раскрыты, что требует дальнейшего исследования. А именно, необходимость создания специализированного организационно-экономического механизма управления ресурсами развития региона, вопросы информационного обеспечения процессов управления ресурсами региона и использования отдельных групп ресурсов.

Цель. Основной целью статьи является - определение роли ресурсного потенциала в социально-экономическом развитии региона в период кризисных явлений и необходимость разработки механизма управления ими.

Материалы и результаты исследования.

На основе изученного теоретического материала и проведенных исследований предлагается следующая последовательность действий при создании механизма управления ресурсами развития региона:

1. Описание сущностных характеристик механизма формирования ресурсной базы развития региона и внешней среды мобилизации.

2. Определение подходов к классификации ресурсной базы развития региона.

3. Исследование реального состояния ресурсной базы развития конкретного региона.

Основой методологического подхода к проблеме обеспечения программы развития региона является идея достаточности ресурсов для его жизнеобеспечения и развития, и согласованности (баланса) различных видов ресурсов развития.

Стремление к эффективности и оптимизации процесса развития региона, а также общая экономическая целесообразность определяют необходимость создания специализированного организационно-экономического механизма управления ресурсами развития.

Для реализации этого положения предлагается:

- провести анализ нормативно-правовой базы и при необходимости дополнить региональный блок нормативно-правовыми актами, регламентирующими деятельность системы управления ресурсами региона;

- разработать новые методические и технологические схемы функционирования информационно-аналитической системы с описанием информационного поля и структуры используемых данных;

- определить цели и задачи деятельности, а также рамки компетенции организационно-экономического механизма управления ресурсами региона как составной региональной системы управления.

Информационное обеспечение процессов управления ресурсами региона предусматривает сбор, обработку и хранение информации, характеризующей текущее состояние ресурсной базы региона (массив данных, количественно и качественно характеризующих природные, производственные, инфраструктурные и другие ресурсы, сосредоточенные, а также те, что используются в регионе). Собранные информация должна быть размещена в соответствии с блочной структурой, включающей, вероятно, географический, статистический, логистический и экономический блоки, как основу массива данных.

Описание инфраструктуры механизма управления ресурсами развития региона позволит определить внутренние взаимосвязи с другими подразделениями региональной системы управления.

Учетная классификация ресурсной базы развития необходима для оценки альтернативных вариантов его мобилизации из ряда ограничительных факторов.

Ограничения необходимы для оптимизации мобилизационных процессов и повышения эффективности соответствующих проектов развития, в ходе реализации, которых используются привлеченные ресурсы.

Основными классификаторами или ограничителями использования могут выступать:

- географический (информация о местонахождении ресурса, его владельца и права собственности на пользование)

- производственный (информация о величине запасов, ресурсах-заменителях, характеристика темпов и норм потребления и основных групп потребителей);

- логистический [информация об условиях мобилизации (добыча и доставка)];

- финансовый (оценка стоимости мобилизации и использования, информация о платежах за пользование и принципах налогообложения).

При рассмотрении общих проблем развития региона должны быть решены вопросы использования отдельных групп ресурсов, вызванные противоречиями и недоработками властных структур, а также предложены новые методы ведения хозяйства на основе четырех основных сфер мобилизационной активности:

- 1) естественная;
- 2) финансовая;
- 3) производственная;
- 4) инновационная.

Кроме того, следует использовать следующие принципы работы с ресурсами в регионе:

- экономическая заинтересованность владельцев в использовании принадлежащих им ресурсов;

- целевая направленность в использовании ресурсов (что позволяет прояснить для владельца вопрос эффективности использования вложенных им ресурсов и, следовательно, вопрос получения им соответствующей прибыли);

- необходимость баланса ресурсов по стадиям реализации проекта развития;

- необходимость баланса ресурсов в процессах их формирования, использования и воспроизведения.

Выводы

Таким образом, ресурсный потенциал есть, с одной стороны, основой устойчивого развития региональной хозяйственной системы, а с другой - мощным экономическим «регулятором», что позволяет активизировать хозяйственные процессы регионов, которые нуждаются в эффективных стимулирующих методах выхода из кризиса, на основе выявленных региональных ресурсных преимуществ.

Поэтому, только сбалансированные и стратегически обоснованные принципы работы с ресурсным потенциалом предоставят возможность развивать социально-экономическое положение региона.

Литература

1. Берестов В.Л., Буданова М.В. Управление мотивацией работников промышленных предприятий. - Брянск: БГИТА, 2008. - 275с.
2. Каплан Роберт С., Нортон Дейвит П. Организация, ориентированная на стратегию. Как в новом бизнес-среде

процветают организации, применяющие сбалансированную систему показателей / Пер. с англ. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. - 416с.

3. Кашников В.И. Управление стабильностью и опасностями в системе «социум-техник-технологическая система». // Машиностроитель, 2009. - №12. - С. 44-47.

4. Лемдяева Л.А. Ресурсный потенциал региона и подходы к его оценке // Управление экономическими системами: электронный научный журнал, 2015. - № 2 (22). - Режим доступа к журн.: <http://uecs.mcnip.ru>.

5. Мочерный С.В. Политическая экономия: Учеб. пособие. -К.: Знание-Пресс, 2002. - 687с.

6. Трапезникова В.А. Управление и научно-технический прогресс. - М.: Наука, 1993. - 224с.

7. Челноков И.В., Герасимов Б.И. Региональная экономика: Организационно-экономический механизм управления ресурсами региона: Учеб. пос.- Москва, 2010.- 158с.

8. Системы принятия решения в задачах социально-экономического развития региона: <http://www.compulog.ru/2012>.

References

1. Berestov V. L., Budanova M.V. Upravleniye motivatsiyey rabotnikov promyshlennykh predpriyatiy. - Bryansk: BGITA, 2008. - 275s.

2. Kaplan Robert S., Norton Deyvit P. Organizatsiya, oriyentirovannaya na strategiyu. Kak v novom biznes-srede protsvetayut organizatsii, primenyayushchiye sbalansirovannuyu sistemu pokazateley / Per. s angl. - М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. - 416s.

3. Kashnikov V.I. Upravleniye stabil'nost'yu i opasnostyami v sisteme «sotsium-tekhnik-tekhnologicheskaya sistema». // Mashinostroitel', 2009. - №12. - S. 44-47.

4. Lemdyayeva L.A. Resursnyy potentsial regiona i podkhody k yego otsenke // Upravleniye ekonomicheskimi sistemami: elektronnyy nauchnyy zhurnal, 2015. - № 2 (22). - Rezhim dostupa k zhurn.: <http://uecs.mcnip.ru>.

5. Mochernyy S.V. Politicheskaya ekonomiya: Ucheb. posobiye. -K.: Znaniye-Press, 2002. - 687s.

6. Trapeznikova V.A. Upravleniye i nauchno-tekhnicheskii progress. - М.: Nauka, 1993. - 224s.

7. Chelnokov I.V., Gerasimov B.I. Regional'naya ekonomika: Organizatsionno-ekonomicheskii mekhanizm

upravleniya resursami regiona: Ucheb. pos.- Moskva, 2010.- 158s.

8. Sistemy prinyatiya resheniya v zadachakh sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya regiona: <http://www.compulog.ru/2012>

Старикова О.С. РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО ИСПОЛЬЗОВАНИЕ В УСЛОВИЯХ КРИЗИСА РЕГИОНА

В статье рассмотрены процессы эффективного управления и использования ресурсного потенциала региона в период кризисных явлений. Представлены основные ограничители при использовании ресурсов. А также оценены характеристики ресурсного потенциала на основе принципов сбалансированности и достаточности ресурсов для достижения целей развития территории.

Ключевые слова: ресурсы, экономическое развитие региона, составляющие ресурсного потенциала региона.

Starikova O. RESOURCE POTENTIAL AND ITS USE IN THE CRISIS REGION

In the article the processes of effective management and use of resource potential of the region in the period of crisis. Presents the main constraints in the use of resources. And also evaluated characteristics of the resource potential on the basis of the principles of balance and adequacy of resources to achieve the objectives of development of the territory.

Keywords: resources, economic development, components of regional resource base.

Старикова О.С. - ст. преподаватель кафедры «Туризм и гостиничное хозяйство» ГОУВПО «Луганский национальный университет имени Владимира Даля»

Starikova O. - Art. Lecturer of the Department "Tourism and Hospitality Management" of the Luhansk National University named after Vladimir Dahl

Рецензент: Максимов В.В.- д.э.н., проф., зав. каф. «Экономика предприятия» ЛНУ им. В. Даля

Статья подана 03.05.2017

УДК 338.48

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ В БЕЛГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ: ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Точко Е.В., Фахратов Э.Т., Зубова А.С.

ECO-TOURISM IN THE BELGOROD REGION: PROBLEMS AND PROSPECTS

Tochko E., Fahratov E., Zubova A.

В статье рассмотрен такой вид туризма как экологический. Изучены проблемы и перспективы его развития на примере Белгородской области. Выявлен потенциал Белгородской области для успешного развития экологического туризма на территории региона.

Ключевые слова: туризм, экология, экологический туризм, развитие, проблемы развития, перспективы, решение проблем.

Мир, в котором проходит быстрое развитие городов из-за быстрого роста численности населения планеты, нуждается в каких-либо альтернативах защиты своего природного наследия. Одной из таких альтернатив является экологический туризм, который помогает сохранить природу какой-либо территории в первозданном виде для привлечения большого количества туристов.

Экологический туризм подразумевает посещение нетронутых человеком мест с целью отдыха, изучения фауны и флоры территории, осознания важности сохранения данных территорий от антропогенного воздействия, а также повышение экологической культуры всех участников туристского процесса.

Под экологическим туризмом Департамент туризма Канберра понимает природо-ориентированный туризм, включающий программы экологического образования и просвещения и осуществляемый в соответствии с принципами экологической устойчивости. По мнению D. Fennell экотуризм – это экологически устойчивая форма природного туризма, ориентированная прежде всего на жизнь в дикой природе и познание ее, организуемая в соответствии с этическими нормами таким образом, чтобы свести к минимуму воздействие на окружающую среду, потребление и затраты, и ориентирована на местный уровень (с точки зрения контроля, преимуществ и масштабов). Обычно такая форма туризма развивается на охраняемых территориях и призвана вносить вклад в сохранение этих территорий (Ледовских, 2002) [2,

с. 91].

Белгородская область обладает всеми природно-рекреационными ресурсами важными для экологического туризма. К ним относятся леса, сохранившиеся в первозданном виде, в том числе меловые боры, «Сниженные Альпы», «Меловые ископники», «Тимьянники». Флора насчитывает более 1284 вида, фауна – около 15 тысяч видов.

Следует отметить также и такие показатели как климат, ландшафт, наличие гидроминеральных ресурсов и особо охраняемых природных территорий.

Климат является благоприятным для развития экологического туризма. Количество времени, комфортного для деятельности туристов, варьируется от 8 до 10 месяцев, но в последнее время появилась отрицательная тенденция по отношению к погоде, то есть частые дожди и резкие скачки температур, которые снижают время пребывания туристов с целью экологического познания территории [3, с. 125].

Ландшафт территории Белгородской области обладает средней привлекательностью, так как несильно выражены переходы от равнин к возвышенностям, но при этом он легкопроходим, что немаловажно при создании туристских маршрутов для пешеходного, конно-спортивного и велосипедного видов туризма.

Гидроминеральных ресурсов в области недостаточно, они представлены всего несколькими реками: Северский Донец, Айдар, Оскол, Валуй, Тихая Сосна. Состояние рек, по оценке исследователей, удовлетворительное, что благоприятно для развития водных видов туризма. Есть множество минеральных вод, что благоприятно влияет на развитие бальнеологии.

Особо охраняемые природные территории в Белгородской области представлены одним заповедником «Белогорье», природными и дендрологическими парками, памятниками природы и заказниками. Они занимают около 2% от общей площади Белгородской области. Самое большое

количество объектов особо охраняемые природные территории занимают в Красногвардейском (82 объекта), Шебекинском (29 объектов) и Яковлевском (29 объектов) районах. Относительно площади первое место занимает Белгородский район, а далее идут Красногвардейский и Борисовский районы [3, с. 34].

Самым большим ландшафтно-рекреационным потенциалом обладают такие города как Губкин, Белгород, Старый Оскол, Валуйки, Алексеевка, Шебекино, Короча, Чернянка, Грайворон, Борисовка, Новый Оскол и Красная Яруга. В основном, это территории, близ которых расположены реки, так как данные территории более привлекательны для туристов.

Экотуристский потенциал Белгородской области оценивается по-разному, так как каждый регион обладает различным экотуристским потенциалом. Была проведена оценка по 7-бальной шкале. Самым большим экотуристским потенциалом обладает Борисовский район (6 баллов), далее идут с менее высокими баллами и относительной благоприятностью Белгородский, Прохоровский, Яковлевский, Губкинский, Чернянский, Новооскольский, Валуйский, Красногвардейский и Ровенской районы. Остальные районы являются неблагоприятными для развития экологического туризма в силу недостатка каких-либо природно-рекреационных ресурсов.

Проблемами развития экологического туризма являются:

- недостаток инфраструктуры;
- недостаточное количество персонала;
- низкое финансирование;
- низкий уровень проведения рекламных кампаний.

Экологический туризм находится на начальной стадии развития в Белгородской области, так как только началось обустройство туристских маршрутов, но инвестирование пока что остаётся на низком уровне.

Таким образом, Белгородская область обладает высоким природно-рекреационным потенциалом для развития экологического туризма, но на данный момент недостаточно его использует.

Л и т е р а т у р а

1. Атлас «Природные ресурсы и экологическое состояние Белгородской области». – Белгород : Белгородская областная типография, 2015. – 180 с.

2. Королева, И. С. Особо охраняемые природные территории Белгородской области как объекты экологического туризма / И. С. Королева, М. Е. Корнеева, Р. А. Холодова // Материалы международной научно – практической конференции: Проблемы природопользования и экологическая ситуация в Европейской России и сопредельных странах. – Москва-Белгород, 2013. – С. 90-95.

3. Королева, И. С. Природные и исторические предпосылки развития экологического туризма в Белгородской области / И. С. Королева, Р. А. Холодова // 2-я Международная научно – практическая конференция

студентов, аспирантов и преподавателей: География в меняющемся мире: взгляд молодых ученых. – СПб, 2014. – С. 123-128.

4. Пендюрин, Е. А. Экологический туризм / Е. А. Пендюрин, О. Н. Гененко. – Белгород: ИП Остащенко А. А., 2012. – 82 с.

References

1. Atlas «Prirodnie resursi i ekologicheskoe sostoyanie Belgorodskoi oblasti». – Belgorod _ Belgorodskaya oblastnaya tipografiya_ 2015. – 180 s.

2. Koroleva_ I. S. Osobo ohranyaemie prirodnie territorii Belgorodskoi oblasti kak obekti ekologicheskogo turizma / I. S. Koroleva_ M. E. Korneeva_ R. A. Holodova // Materiali mejdunarodnoi nauchno – prakticheskoi konferencii_ Problemi prirodopolzovaniya i ekologicheskaya situaciya v Evropeiskoi Rossii i sopredel'nykh stranah. – Moskva_Belgorod_ 2013. – S. 90_95.

3. Koroleva_ I. S. Prirodnie i istoricheskie predposilki razvitiya ekologicheskogo turizma v Belgorodskoi oblasti / I. S. Koroleva_ R. A. Holodova // 2_ya Mejdunarodnaya nauchno – prakticheskaya konferenciya studentov_ aspirantov i prepodavatelei_ Geografiya v menyayuschemsya mire_ vzglyad molodih uchenih. – SPb_ 2014. – S. 123_128.

4. Pendyurin_ E. A. Ekologicheskii turizm / E. A. Pendyurin_ O. N. Genenko. – Belgorod_ IP Ostaschenko A. A._ 2012. – 82 s.

Tochko E., Elvin Tofik oglu of Fahratrov, Zubova A. ECO-TOURISM IN THE BELGOROD REGION: PROBLEMS AND PROSPECTS

This article considers such kind of tourism as ecological. Problems and prospects of its development are studied on the example of the Belgorod region. The potential of the Belgorod region for the successful development of ecological tourism in the region is revealed.

Keywords: *tourism, ecology, ecological tourism, development, development problems, prospects, problem solving.*

Tochko E. - Student of "Belgorod State National Research University".

Elvin Tofik oglu of Fahratrov - Student of "Belgorod State National Research University".

Zubova A. - Student of "Belgorod State National Research University".

Точко Е.В. – студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

Фахратов Э.Т. – студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

Зубова А.С. - студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет».

Рецензент: *Герасимова Н.А.* к.э.н., доцент кафедры экономики и моделирования производственных процессов НИИ «БелГУ».

Статья подана 03.05.2017

УДК 332.146

ОПРЕДЕЛЕНИЕ ПРИЗНАКОВ ДЕПРЕССИВНОСТИ РЕГИОНОВ

Черныш Т.А.

IDENTIFYING THE SIGNS OF DEPRESSION REGIONS

Chernish T.

В статье обобщены теоретические положения определения признаков депрессивности регионов. Выделены критерии определения состояния проблемности территории. Определены признаки депрессивных территорий.

Ключевые слова: депрессивные, регионы, территории, проблемные, кризисные, признаки, критерии, подходы, ранжирование.

Территориальные диспропорции социально - экономического развития регионов существуют почти во всех странах, независимо от размеров, экономического потенциала, государственного и политической системы. Они имеют проявление на всех уровнях мирового хозяйства - от локального до глобального - и влияют на экономический, социальный, экологический климат во всем мире в отдельных государствах. В связи с этим поиск путей минимизации негативных последствий территориальных неравномерностей развития, разработка эффективной региональной политики занимают одно из центральных мест в странах мира, особенно в странах с высокоразвитой экономикой.

В то же время существует разница в подходах и направлениях формирования региональной политики, так и стратегии в развитых странах и развивающихся странах. Основные направления региональной политики развитых стран в основном направлены на решение вопросов, касающихся проблемных регионов: депрессивных, старо-промышленных, мало развитых, (аграрно - индустриальных с экстремальными природными условиями), с чрезмерной концентрацией населения и хозяйства в пределах огромных агломераций и тому подобное.

Среди ведущих ученых-экономистов, занимающихся региональной проблематикой, не выработана общепринятая классификация регионов, а также по принципиальным вопросам трактовки отдельных базовых понятий, таких, например, как «депрессивный регион», их позиции не согласованы. Во многих исследованиях [3; 4]

отстаивается точка зрения о том, что обязательным критерием депрессивности региона является невозможность самостоятельного преодоления кризиса, необходимость организации целенаправленной поддержки со стороны государства.

Спорными являются и подходы, согласно которым критерием отнесения регионов к депрессивным считаются наличие темпов спада производства, снижения уровня жизни, нарастание негативных тенденций в сфере занятости, превышающих показатели и в общем по стране, и макрорегиональные. Можно согласиться с мнением российских ученых А. Марголина и З. Хутиз [7], что депрессивным даже могут быть и те регионы, в которых нет ухудшения социально-экономического положения (в том случае, если все показатели социально-экономического развития находятся на стабильно низком уровне, но не снижаются), а также регионы, в которых наблюдается определенный рост валового регионального продукта (ВРП), реальных доходов населения и др. Последняя ситуация может складываться, когда экономика отсталого региона растет более медленными темпами, чем в целом в стране. В этом случае степень депрессивности состояния экономики и социальной сферы в таком регионе только увеличивается, несмотря на внешние признаки его подъема. Поддерживаем их точку зрения по ранжированию регионов [7]. Его необходимо проводить по интегральному показателю уровня их развития. Это создает объективные предпосылки для соответствующей типологии с позиций выработки научно обоснованных подходов к региональной политике государства. Один из них заключается в том, чтобы во депрессивными понимать регионы, интегральный показатель уровня развития которых не превышает 50% средне украинского. Целесообразно использовать следующий перечень показателей, предложенный авторами [7]. Они включают душевые характеристики ВРП, объема инвестиций, розничного товарооборота и платных услуг, часть

населения с доходами ниже прожиточного минимума, сводные показатели уровней развития социальной инфраструктуры, образования, состоянии окружающей природной среды и продолжительность жизни населения региона. Каждый из показателей при проведении конкретных расчетов учитывается не по абсолютной величине, а в виде отношения к среднему показателю по стране. Именно этот прием обеспечивает сопоставимость получаемых интегральных оценок, позволяет вписывать получаемые результаты в следующую типологию депрессивных регионов:

- умеренно депрессивные, фактический (на дату последнего определения) интегральный показатель уровня развития, который находится в диапазоне 0,3 ... 0,5, положительная динамика валового регионального продукта в течение трех последних лет (темпы роста регионального ВРП опережают средние показатели по стране);

- с усиливающейся депрессией (интегральный показатель уровня развития в диапазоне 0,3...0,5), негативная динамика ВРП в течение трех последних лет;

- глубоко депрессивные (отсталые): интегральный показатель уровня развития менее 30% среднего показателя по стране.

Несмотря на наличие значительного количества работ по изучению депрессивных территорий, однозначного толкования этого термина нет.

Некоторые исследователи трактуют понятие «депрессивная территория» как промышленный регион, где происходит стагнация базовых отраслей экономики (А. Новикова, В. Лексин, А. Швецов и другие). По определению А.М. Новиковой под депрессивной следует понимать промышленно развитую территорию, кризисное состояние которой является проявлением структурного кризиса экономики и неравномерности развития промышленного производства по отраслям и регионам Украины [8, с. 15]. В исследовании российских ученых [6, с. 25] указано, что к депрессивным относятся территории с достаточно высоким уровнем накопленного экономического потенциала, значительной долей промышленного производства в структуре хозяйства и относительно высоким уровнем квалификации местных трудовых ресурсов, вследствие низкой конкурентоспособности профильных отраслей экономики попали в глубокую и устойчивую экономический кризис, имеют заметно высокий уровень безработицы, низкую инвестиционную активность и сравнительно низкий среднедушевой уровень бюджетной обеспеченности.

По мнению Я.В. Шевчука [10, с. 12], Ф.Д. Залогового [5, с. 86], И. Прокопа А. Поповой [9, с. 61] депрессивными могут быть не только промышленные, но и другие типы регионов (территорий), где наблюдается стагнация

экономики, ухудшаются демографическая ситуация и уровень жизни населения.

В Законе Российской Федерации «Об основах федеральной поддержки депрессивных территорий Российской Федерации» отмечается, что «... депрессивная территория Российской Федерации - это территория субъекта, в главной отрасли (главных отраслях) экономики которых имеет место спад производства. Главная отрасль экономики - это отрасль промышленности, строительства, транспорта, торговли или сельского хозяйства, в которой в течение последних двенадцати лет было занято не менее 15% общей численности работающих, занятых в экономике данной территории или доля которых в объеме валового регионального продукта составляет не менее 20 %» [1].

В научной литературе вместе с термином «депрессивная территория» для определения подобных регионов используют также понятие «проблемная территория», «отсталая территория», «слаборазвитая территория», «кризисный регион» и даже «инфарктных регион». Четкого разграничения между ними нет. Одни авторы считают их синонимами, другие доказывают различия между ними.

В то же время, основываясь на критериях, отраженных в табл. 1, трудно провести четкую линию между проблемными и депрессивными территориями.

Заслуживает внимания утверждение, что отсталыми есть регионы (территории), упадок которых вызван географическими или историческими факторами, а депрессивными - те территории, где стагнация обусловлена экономическими трансформациями, упадком базовых секторов экономики, особенностями структурных изменений.

Некоторые ученые [2] предлагают ранжирование регионов от «структурно слабого» и «отсталого» до «кризисного» и «депрессивного». Отсталым является регион, в котором показатели социально-экономического развития отстают от среднестатистических по стране.

Кризисные регионы характеризуются спадом производства, ростом уровня безработицы, снижением уровня жизни населения.

Если кризисное состояние региона приобретает постоянный характер, то такая территория называется депрессивной.

Важнейшей отличительной чертой депрессивных территорий от других типов проблемных территорий является то, что они характеризуются наличием не отдельных кризисных явлений (проблем), а комплексной, системной, длительной стагнацией основных социально-экономических параметров. Можно даже утверждать, что именно продолжительность кризисных явлений является характерным признаком депрессивности территории.

Т а б л и ц а 1

Критерии определения состояния проблемности территории

Отсталые	Проблемные	Кризисные	Депрессивные	Инфарктные
Отставание от средних показателей на 1\3	Присуща кризисная ситуация и требует внешней помощи для решения вопросов	Существуют необратимые тенденции к спаду производства, рост безработицы, снижение уровня жизни, состояния здоровья	Территория продолжительное время является кризисной, и этот кризис преодолеть самостоятельно не в состоянии. Перейти к стабильному развитию можно только при условии поддержки и мобилизации ресурсов	Распространяется концентрически от центра мегаполиса до аграрного сектора

Итак, депрессивными территории можно считать лишь тогда, когда отрицательная динамика их социально-экономического развития имеет следующие признаки: 1) системность; 2) продолжительность; 3) комплексность; 4) острота; 5) многоаспектность; 6) масштабность; 7) динамичность 8) несостоятельность региона самостоятельно преодолеть негативные тенденции социально-экономического развития.

Типология депрессивных территорий имеет важное научно - прикладное значение, поскольку дает возможность разработать систему восстановительных мероприятий, конкретизированных в соответствии с потребностями определенной категории проблемных территорий.

Государство может оказывать помощь экономически отсталым регионам в форме развития производственной инфраструктуры, стимулирования потоков инвестиций некоторых налоговых и кредитных льгот, селективного предоставления дотаций предприятиям с целью обеспечения минимальной занятости. Вследствие ограниченности финансовых ресурсов государства основным направлением является обеспечение саморазвития регионов на основе использования собственного потенциала и конкурентных преимуществ.

Л и т е р а т у р а

1. Закон Российской Федерации «Об основах федеральной поддержки депрессивных территорий Российской Федерации» // www.akdi.ru
2. Большая украинская депрессия // www.news.uaportal.com
3. Воробьев В.Н., Лихачев А.Е., Харитонов А.В. Российский и мировой опыт бюджетного регулирования и поддержки депрессивных районов промышленного центра // www.unn.ru/pages/vestniki
4. Гаврилов А. Региональная экономика и управление // <http://onby.ru/agavrilovekonomika/12/>
5. Залоговый Ф.Д. Депрессивные регионы Украины: анализ, оценка, проблемы // Региональная экономика. - 2005. - № 1. - С. 76-90.
6. Лексин И.В., Грицюк Т.В., Лексин А.В. Регион как объект анализа и государственного управления // Региональная экономика: теория и практика. - 2005. - № 3. - С. 19-25.

7. Марголин А., Хутиз С. Депрессивные территории // <http://www.mgimo.ru>
8. Новикова А.М. Депрессивные территории: европейский опыт и проблемы Украины // Стратегическая панорама. - 2000. - № 3-4. - С. 115.
9. Прокопа И., Попова О. Депрессивные сельские территории: методические основы определения // Экономика Украины. - 2007. - №8. - С. 61-70.
10. Шевчук В.Я. Механизм санации депрессивных территориальных общественных систем в контексте формирования региональной политики. - Львов., 2004. - 63 с.

References

1. Zakon Rossijskoj Federacii «Ob osnovah federal'noj podderzhki depressivnyh territorij Rossijskoj Federacii» // www.akdi.ru
2. Bol'shaya ukrainskaya depressiya // www.news.uaportal.com
3. Vorob'ev V.N., Lihachev A.E., Haritonov A.V. Rossijskij i mirovoj opyt byudzhethnogo regulirovaniya i podderzhki depressivnyh rajonov promyshlennogo centra // <http://www.unn.ru/pages/vestniki>
4. Gavrilov A. Regional'naya ehkonomika i upravlenie // <http://onby.ru/agavrilovekonomika/12/>
5. Zalogovij F.D. Depressivnye regiony Ukrainy: analiz, oценка, problemy // Regional'naya ehkonomika. - 2005. - № 1. - S. 76-90.
6. Leksin I.V., Gricyuk T.V., Leksin A.V. Region kak ob'ekt analiza i gosudarstvennogo upravleniya // Regional'naya ehkonomika: teoriya i praktika. - 2005. - № 3. - S. 19-25.
7. Margolin A., Hutiz S. Depressivnye territorii // <http://www.mgimo.ru>
8. Novikova A.M. Depressivnye territorii: evropejskij opyt i problemy Ukrainy // Strategicheskaya panorama. - 2000. - № 3-4. - S. 115.
9. Prokopa I., Popova O. Depressivnye sel'skie territorii: metodicheskie osnovy opredeleniya // EHkonomika Ukrainy. - 2007. - №8. - S. 61-70.
10. SHevchuk V.YA. Mekhanizm sanacii depressivnyh territorial'nyh obshchestvennyh sistem v kontekste formirovaniya regional'noj politiki. - L'vov., 2004. - 63 s.

Chernish T. IDENTIFYING THE SIGNS OF DEPRESSION REGIONS

The article summarizes the theoretical provisions for determining the signs of depressed regions. The criteria for

determining the state of the problem of the territory are singled out. The signs of depressive territories are determined.

Key words: *depressive, regions, territories, problem, crisis, signs, criteria, approaches, ranking.*

Черныш Т.А. – старший преподаватель кафедры «Финансы и кредит» Луганского национального университета имени Владимира Даля

E-mail: t_bychkova@mail.ru

Chernish T. - Senior Lecturer Department of Finance and Credit of Luhansk National University named after Vladimir Dal

E-mail: t_bychkova@mail.ru

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н, проф., директор института экономики и финансов ЛНУ им.В.Даля

Статья подана 20.04.17

УДК 338.48

РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА И РЕКРЕАЦИИ КАК ВАЖНЕЙШИХ ЭЛЕМЕНТОВ ЗДОРОВОГО ОБРАЗА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ КРУПНЫХ ГОРОДОВ

Шеломенцев А.Г., Безуглая Л.И.

THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND RECREATION AS IMPORTANT ELEMENTS OF A HEALTHY LIFESTYLE OF THE POPULATION IN MAJOR CITIES

Shelomentsev A., Bezuglaya L.,

В статье рассматривается развитие туризма и рекреации как одно целое в контексте образа жизни населения регионов в условиях усиления влияния экологических, социальных и экономических факторов. При этом в качестве приоритетных необходимо рассматривать не только экономические результаты (создание новых рабочих мест, поступления в бюджет, развитие предпринимательства, привлечение инвестиций и т.п.), но и обеспечение воспроизводства и развития человеческого капитала региона.

Ключевые слова: здоровье, факторы, природа, туризм, ресурсы, потенциал.

Здоровое населения является одним из главных условий накопления и эффективного использования человеческого капитала в любой стране. Однако продолжительность жизни современного человека за последние годы снижается. Одной из главных причин ухудшения здоровья людей, проживающих в крупных городах, стали высокие темпы роста антропогенного воздействия, которое привело к загрязнению окружающей среды химическими, физическими и биологическими отходами производства. В результате концентрации вредных веществ значительно превышают предельно допустимые нормы, что приводит к возникновению различных заболеваний у населения. При этом следует отметить, что структура заболеваний в промышленных регионах, напрямую зависит от объемов и характера антропогенного воздействия на окружающую среду. Так, при воздействии выбросов предприятий цветной металлургии отмечается более высокая заболеваемость со стороны органов сердечно-сосудистой системы. На легочную патологию в большей мере влияют выбросы предприятий черной металлургии и энергетических установок. В районах расположения химической и нефтехимической промышленности широко распространены аллергические заболевания

(дерматиты, астмоидные бронхиты, бронхиальная астма и т.п.) [2].

В крупных городах современная ситуация в сфере экологии характеризуется и тем, что с каждым годом увеличивается негативное воздействие выбросов автотранспорта, количество которого в городах продолжает расти. Так во многих мегаполисах содержание свинца в атмосферном воздухе более чем в 10–15 раз превышает ПДК. При этом положение усугубляется тем, что выделение свинца происходит непосредственно над поверхностью земли, практически в зоне дыхания человека.

В городе на человека воздействуют многочисленные факторы, которые опасны для жизни и здоровья человека это и быстро движущийся транспорт, постоянный шум, ускоренный ритм жизни. Горожане много времени пребывают в помещениях (дома и на работе), постоянно пользуются разными видами техники и транспортом для передвижения. Систематические эмоциональные, информационные и интеллектуальные перегрузки при общей гиподинамии, приводят к стрессам, повышенной утомляемости, что становится причиной различных невротических, сердечно-сосудистых, эндокринных и других заболеваний. В последнее время наблюдается и непрерывное снижение функциональных возможностей кардиореспираторной системы, ослабление термоадаптивных механизмов организма, световой и ультрафиолетовый дефицит, что связано с условиями повседневной жизни в городе, которые изолируют многих людей от оздоровительных факторов природной среды.

Важнейшими направлениями адаптации современного образа жизни населения крупных городов к отмеченным выше угрозам становятся рекреация и туризм, которые способствуют быстрой реабилитации и оздоровлению организма. Так

многообразные виды рекреации и туризма, позволяют населению сделать выбор, с учетом индивидуальных потребностей и способностей, что делают их приоритетными и популярными. Более того, они позволяют охватить население практически всех возрастов, а также лиц с ограниченными возможностями. В результате рекреация и туризм становится неотъемлемым элементом жизни современного человека.

За счет двигательной активности и оздоровительного климатовоздействия, а именно гелиоблучения, аэроиспираторного и термовоздействия обоснованная физическая нагрузка способствует повышению сопротивляемости организма, улучшению адаптации к неблагоприятным условиям внешней среды, которые лавиной обрушиваются на современного человека. Однако следует обратить внимание на некоторые аспекты, которые необходимо учитывать. Так как, разные виды туризма и форм рекреации требуют активации разных адаптационных механизмов организма, а при наличии заболеваний накладываются определенные ограничения.

Теоретическим обоснованием оздоровительного действия активных путешествий стали работы академика Н. Н. Сиротинина, который обратил внимание ученых на благоприятное воздействие горного климата для больных с заболеваниями органов дыхания. По его мнению, периодическое пребывание в местности с высокогорным климатом способствует предупреждению кислородного голодания. Гипоксия, легче переносится при активном подъеме пешком или на велосипеде, чем при пассивном на транспорте. Так как, при активном подъеме значительно увеличиваются функции внешнего дыхания и циркуляция крови. Суммарный эффект такого воздействия напрямую зависит от интенсивности нагрузки. При пешем туристическом походе поступление кислорода превышает его расходование, и насыщение тканей кислородом увеличивается.

Научные исследования показали, что для активации адаптивных реакций организма и повышения его резистентности первоочередное значение приобретает тот состав воздуха, которым человек дышит. Так как с первым вздохом начинается жизнь и с последним заканчивается. Взрослый человек, находясь в состоянии покоя, совершает в среднем 14 дыхательных движений в минуту. В течение одного вдоха (в спокойном состоянии) в лёгкие поступает 400—500 мл воздуха, при максимально глубоком вдохе поступает около 2000 мл воздуха. Воздух в помещении значительно обеднен кислородом и обогащен углекислым газом и другими летучими продуктами метаболизма, а в производственных помещениях и вредными химическими примесями. Отсутствие в таком воздухе легких отрицательных ионов, вызывает

чувство усталости и подавленности, снижает работоспособность, повышает нервное напряжение и артериальное давление. Самая эффективная профилактика болезней органов дыхания – нахождение на чистом свежем природном воздухе, который значительно улучшает оксигинацию организма как за счет повышения содержания кислорода, так и за счет стимуляции дыхания.

В.М. Ефимова и А.М. Ярош отмечают, что особенно положительное аэроиспираторное воздействие оказывает вдыхание лесного, степного или морского воздуха, в котором помимо большого количества кислорода присутствуют различные летучие биологически активные вещества. При этом состав и концентрация воздуха лесов и степей напрямую зависит от произрастающих там растений. Так, для людей, желающих понизить артериальное давление и улучшить работу сердечно-сосудистой системы лучше подходят прогулки по лиственным лесам и паркам и особенно где есть деревья дуба. Страдающим, бронхо-легочными заболеваниями, больше подходят прогулки там, где растут хвойные деревья. Выделяемые ими биологически активные вещества улучшают вентиляцию легких и оказывают противовоспалительное действие. Установлено, что в сосновых и кедровых лесах воздух почти стерилен. Активные вещества кедров и сосны действуют губительно даже на такой устойчивый микроб, как туберкулёзная палочка. В лесу в три раза выше количество легких ионов с отрицательным зарядом, они стимулируют деятельность сердечно-сосудистой, дыхательной и кроветворной систем, улучшают терморегуляцию, снижают артериальное давление, повышают тонус центральной и вегетативной нервной системы.

В то же время, лес иногда может оказывать и отрицательное влияние на здоровье. Так, люди с сердечно-сосудистыми заболеваниями и значительными расстройствами центральной нервной системы плохо переносят пребывание в хвойном лесу, особенно в жаркое время года. [4].

Существенной пользой обладает воздух пещер, где повышенное содержание углекислого газа и радиоактивности, обусловленной наличием радона и продуктами его распада, способствуют углублению и снижению частоты дыхания, понижению артериального давления, частоты сердечных сокращений и ослаблению воспалительных процессов. Для профилактики и лечения бронхо-легочных заболеваний полезен и воздух соляных шахт, где находится большая концентрация аэрозоля хлорида натрия. Благоприятно воздействие оказывает и морской воздух, который содержит повышенное содержание озона, обогащен частицами солей натрия, магния, кальция, йода, брома, которые благоприятно воздействуют на нервную и сердечно-сосудистую систему. Входящие в состав отрицательные легкие ионы активизируют дыхательные ферменты тканей

и тем самым стимулируют обмен веществ и оказывают гипосенсибилизирующее действие [5].

Умеренная физическая нагрузка является средством в борьбе с гиподинамией. Пешие прогулки на равнине, в лесах, парках, полях не только компенсируют «двигательный голод», но и имеют разгрузочный характер аэро-респираторного воздействия. Особое внимание следует обратить на походы в горы, так как они имеют назруочно-тренировочный эффект за счет гипоксических условий. В горах, по мере подъема изменяется состав воздуха и атмосферного давления, что требует значительного напряжения кардио-респираторной системы. Так, на высоте от 2000 до 4000 метров, в связи с недостаточным количеством кислорода увеличивается частота дыхания и сердечных сокращений до 120 ударов в минуту, снижается артериальное давление, ухудшается физическая и умственная работоспособность. Дополнительными факторами влияния на организм человек, при походе в горы являются, повышенная интенсивность ультрафиолетового облучения, космической радиации и ионизации воздуха.

Характер адаптивных сдвигов у человека будет напрямую зависеть от состояния его здоровья, высоты и длительности пребывания на ней. У ослабленных и больных людей уже на высоте 1000 метров может наблюдаться ухудшение общего состояния, которое проявляется в нарушении внимания, зрения, шум в ушах, тошнота и даже обморочные состояния. Поэтому, идти в горы нецелесообразно при переутомлении, наличии выраженных нарушений функций нервной и кардио-респираторной систем. Интенсивность воздействия следует повышать постепенно путем ступенчатой адаптации к разным высотам.

А.М. Ветитнев отметил, что пребывание человека на средних высотах с умеренно сниженным содержанием кислорода в атмосферном воздухе в сочетании с повторно выполняемой физической нагрузкой приводит к выраженным положительным сдвигам в организме – перестройке координации газообмена и кровообращения в легких, тренировке и адаптации функций дыхательной и сердечно-сосудистой систем в ответ на изменившиеся условия. В результате повышается устойчивость к гипоксии и связанных с ней изменений в работе жизненно важных систем, что благоприятно сказывается на общем состоянии человека после возвращения на равнину [3]. В рекреационном плане, аэро-респираторное воздействие улучшает функции кровообращения и дыхания за счет увеличения легочной вентиляции и насыщение крови кислородом. Повышение энергообеспечения тканей организма приводит к нормализации функционирования центральной нервной системы за счет уравновешивания процессов возбуждения и торможения, а это снимается утомление и повышает устойчивость к умственной и эмоциональной нагрузке.

Подводя итог выше сказанному можно сделать следующие **выводы**.

Во-первых, традиционно туризм рассматривается с экономической точки зрения, а именно с позиции развитие местных достопримечательностей с целью привлечения туристов и связанных с туристической инфраструктурой инвестиций. По нашему мнению, не умоляя достоинства отмеченного выше подхода, рассмотрение этой проблемы требует более широкого социо-экономического подхода, учитывающего воспроизводство человеческого потенциала региона.

Во-вторых, предлагаемый авторами подход позволяет не ограничиваться рассмотрением экономических и бюджетных аспектов развития туризма (в контексте создания новых рабочих мест, поступлений в бюджет, развития предпринимательства, привлечение инвестиций и т.п.), а оценить какое место должен занять туризм в современном образе жизни населения региона, чтобы обеспечить воспроизводство и развития человеческого капитала региона.

В-третьих, человек в течение всей своей жизни находится под постоянным воздействием целого спектра факторов окружающей среды – от экологических до социальных, которые непосредственно влияют на его здоровье, работоспособность, формирование творческих способностей и, в конечном итоге, на продолжительность жизни. Поэтому необходимо создание благоприятных условий для восстановления и дальнейшего развития человеческого потенциала. От эффективности этого процесса в конечном счете зависят социально-экономического развитие территории и ее перспективы.

В-четвертых, в этом плане нами выделаны два направления, позволяющие охватить все населения, независимо от его пола, возраста, физических способностей и финансовых возможностей. Ими являются развитие зон современной рекреации и туризма. По нашему мнению, они могут как конкурировать, так и дополнять друг друга, составляя одно целое. Так их сбалансированное развитие должно решать две основные задачи, с одной стороны, создание благоприятных условий для жизни местного населения и воспроизводства его потенциала, с другой - повышение привлекательности территории для туристов из других регионов и стран.

Л и т е р а т у р а

1. Асланов Д.И. Развитие теоретико-методологических основ трансформации санаторно-курортного комплекса региона: автореф. дис. д-ра экон. наук / Д. И. Асланов. Екатеринбург, 2013. – 47 с.
2. Безуглая Л. И. Экологическая безопасность как условие выживания в современном мире//Л. И. Безуглая // мат. II Международной науч.-практ. конф. «Потенциал

России в XXI веке. Векторы развития» : Уральский институт экономики, управления и права Екатеринбург, 2015. – С. 196 - 200.

3. Ветитнев А. М. Курортное дело: учеб. пособие / А. М. Ветитнев, Л. Б. Журавлева. М.: КНОРУС, 2006. – 528 с.

4. Ефимова В.М. Основы антропоклиматологии /В.М. Ефимова, А.М. Ярош // Учебное пособие – Симферополь: Таврия-Плюс, 2003. – 202с.

5. Кислов А.В. Климатология /Учебник для студ. учреждений высш. проф. образования/. – М.: Академия, 2011. – 224 с.

6. Курочкин В.Н, Кобина Л.А. Организационно-экономические аспекты сервисной деятельности: физкультурно-спортивные услуги, горнолыжный туризм и сервис: монография /В.Н. Курочкин, Л.А. Кобина. – Ростов-на-Дону: Дониздат, 2015. – 151с.

References

1. Aslanov D. I. Razvitie teoretiko-metodologicheskikh osnov transformacii sanatorno-kurortnogo kompleksa regiona: avtoref. dis. ... d-ra ehkon. nauk / D. I. Aslanov. Ekaterinburg, 2013. – 47 s.

2. Bezuglaya L. I. EHkologicheskaya bezopasnost' kak uslovie vyzhivanie v sovremennom mire/L. I. Bezuglaya // mat. II Mezhdunarodnoj nauch.-prakt. konf. «Potencial Rossii v HKHI veke. Vektory razvitiya» : Ural'skij institut ehkonomiki, upravleniya i prava Ekaterinburg, 2015. – S. 196 - 200.

3. Vetitnev A. M. Kurortnoe delo: ucheb. posobie / A. M. Vetitnev, L. B. Zhuravleva. M.: KNORUS, 2006. – 528 s.

4. Efimova V.M. Osnovy antropoklimatologii /V.M. Efimova, A.M. Yarosh // Uchebnoe posobie – Simferopol': Tavriya-Plyus, 2003. – 202s.

5. Kislov A.V. Klimatologiya /Uchebnik dlya stud. uchrezhdenij vyssh. prof. obrazovaniya/. – M.: Akademiya, 2011. – 224 s.

6. Kurochkin V.N, Kobina L.A. Organizacionno-ehkonomicheskie aspekty servisnoj deyatelnosti: fizkul'turno-sportivnye uslugi, gornolyzhnyj turizm i servis: monografiya

/V.N. Kurochkin, L.A. Kobina. – Rostov-na-Donu: Donizdat, 2015. – 151s.

Shelomentsev A., Bezuglaya L.

THE DEVELOPMENT OF TOURISM AND RECREATION AS IMPORTANT ELEMENTS OF A HEALTHY LIFESTYLE OF THE POPULATION IN MAJOR CITIES

The article discusses the development of tourism and recreation as one in the context of the lifestyle of the population of regions in the conditions of strengthening of the influence of environmental, social and economic factors. Thus as a priority the need to consider not only the economic results (the creation of new jobs, budget revenues, development of entrepreneurship, attraction of investments, etc.), but also to ensure the reproduction and development of human capital in the region.

Keywords: health, factors, nature, tourism, resources, capacity.

Шеломенцев А.Г. - доктор экономических наук, профессор Института экономики Уральского отделения РАН, г. Екатеринбург, РФ.

Безуглая Л.И. - кандидат педагогических наук, доцент ОО ВПО «Горловский институт иностранных языков» г. Горловка, ДНР

Shelomentsev A. - Doctor of Economics, Professor Institute of Economics of the Ural Branch of the Russian Academy of Sciences, Yekaterinburg, the Russian Federation

Bezuglaya L. - candidate of pedagogical Sciences, D., Assoc, Horlivka Institute for foreign languages

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н, проф., директор института экономики и финансов ЛНУ им.В.Даля.

Статья подана: 24.04.17.

СЕКЦИЯ 2**ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЕ
ПРОЦЕССЫ В ИНДУСТРИИ
ГОСТЕПРИИМСТВА**

УДК 332.1

**КЛАСТЕР КАК ИНСТРУМЕНТ ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННОГО
УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН
СУБЪЕКТОВ РФ****Лихошерстова Г.Н., Сидоров А.****CLUSTER AS A TOOL FOR INNOVATION AND INVESTMENT MANAGEMENT
DEVELOPMENT OF TOURIST AND RECREATIONAL AREAS OF THE
CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION****Lihosherstova G., Sidorov A.**

Суцностный процесс современного кластерного подхода определяется действующей системой политики государственного управления и системой управления на уровне региона. Рассматривая кластерный подход с точки зрения точек роста внутреннего регионального рынка и социально-экономического развития территории Субъектов РФ, следует, что кластерный подход является одним из инструментов управления развитием территории, который определяет векторную направленность на взаимодействие совокупности ряда различных видов систем, с учетом их категорической принадлежности.

Ключевые слова. Кластер, кластер как инструмент современной системы управления развитием, инновация, система, управление развитием, механизм управления развитием, рекреация, рекреационный потенциал, экономика региона, региональный рост экономики.

Туризм, как вид бизнеса и отрасль сферы обслуживания, обеспечивает занятость населения и содействует социокультурному развитию экономики регионов РФ, где одно из значительных мест отводится рекреационным ресурсам. Роль рекреационных ресурсов в повышении экономического развития экономики территории определяется теснотой связи, в которой процесс освоения рассматривается как перевод территории из неизвестного пространства (куда хочется

доехать) до собственного пространства (места проживания, работы, привычного отдыха – дача).

Пространственно-рекреационная деятельность, и туризм, как вид бизнеса и отрасль сферы в частности, решают задачи, связанные с освоением и развитием территориального пространства, где туристский спрос, как основа реализации рекреационного потенциала территории, определяется субъективными предпочтениями потребителя – рекреанта (туриста). Вероятность устойчивого роста эффективности использования рекреационного потенциала территории в рыночной экономике во многом определяется присутствием и размером самого потенциала (масштаб и качество природных ресурсов, степень развитости инфраструктуры, состояние земельных ресурсов, уровень преемственности управления, гибкость системы и способность к самоорганизации, устойчивость обратных связей, целостность системы и т.д.). Применительно к реализации потенциала и развития территории, в настоящее время, следует отметить, что в настоящее время в большей степени, развитие территории осуществляется в рамках функционирования и взаимодействия субъектов хозяйствования, в условиях определённой последовательности выбора

приоритетов, специализации и концентрации, кооперации и интеграции, дифференциации и диверсификации экономической деятельности, как отраслевой, так и территориальной. Значимой и движущей силой такого развития, является кооперация, как сотрудничество экономических агентов, с закономерным переходом, к формированию интегрированных систем, объединяющих ранее разрозненные элементы, которые начинают функционировать совместно в едином целом. Поэтому, в сложившихся условиях определить направления эффективного социально-экономического развития территории позволит активное применение кластерной формы пространственной организации экономики в сочетании с методами оценки состава и содержания основных и специфических факторов рекреации [3].

Кластерный подход, как инновационная конфигурация управления пространственной организации экономики и функциональной ее специализации, направленный на перспективное туристско-рекреационное зонирование потенциала территорий (инновационный управленческий ресурс в своей новой форме), привел к модификации традиционно-сложившихся методов управления, следствием преобразования которых, как видится, показана система локально-ограниченных инструментов хозяйствования. Перестроенная форма системы управления, отличается от ранее функционирующей тем, что форма принимаемых решений, эффективность и актуальность существующих проблем, определяются величиной зависимости между достигнутым уровнем социально-экономического развития территории и уровнем освоенности и развитости ее рекреации. Из чего следует, что механизм принимаемых решений, определяемый как управленческий профессионализм, зависит от имеющихся ресурсов и сложившейся системы управления ими, в соответствии с адекватным поведением субъектов управления [1]. Поэтому, имеющаяся проблематика повышения эффективности использования туристско-рекреационного потенциала территории, требует незамедлительного комплексного ее решения, что обуславливается необходимостью использования совершенных инновационных методов в системе управления, одним из методов которых и является кластерный подход, функционирование и реализация которого нацелена на интенсивное решение социально-экономических проблем региона в целях обеспечения его устойчивого развития на основе и с учетом имеющегося рекреационного потенциала и сложившихся традиций.

Создание высокоэффективного механизма взаимодействия процессного кластерного подхода в управлении региональным развитием рекреации и экономики, позволит организовать более конструктивный вектор механистического взаимодействия между стейкхолдерами (субъектами хозяйствования и представителями органов администрирования), эффективное взаимодействие

которых может быть реализовано только в случае реализации основополагающих принципов кластерных формирований [2]:

1) во-первых, это наличие конкурентных позиций, с точки зрения наличия потенциала стейкхолдеров кластера;

2) во-вторых, индикаторов конкурентных преимуществ территории, основанных на имеющемся потенциале для развития определенных отраслей и сфер бизнеса, а также накопленный объем привлеченных прямых инвестиций;

3) в-третьих, географической концентрированности участников кластера, индикатора географической концентрации. Выраженные таким образом признаки кластеров, формируют ряд необходимых условий для их создания в регионе (инфраструктурные, институциональные, технологические, инвестиционные, интеллектуальные).

Выделенные таким образом условия формирования кластера, проявляются в принципиальных основах по его организации, с учетом его социально-экономической направленности, как свойства, и с учетом внутриорганизационной системы инновационной среды. Созданный таким образом инновационный механизм обновленной системы управления развитием, предполагает моделирование будущих процессов взаимодействия исходя из двухуровневой системы экономики через ее функциональную нагрузку [6]:

1) во-первых, на макроэкономическом уровне, уровне государственной системы где устанавливается: адвокатирование кластерной идеи (полезность конкуренции); формирование механизма реализации инфраструктурных проектов; методико-информационно-образовательная поддержка, через мониторинг (макроподход); поддержка усилению межрегиональных кластеров и финансирование поддержки региональных программ развития;

2) во-вторых, на микроэкономическом уровне, уровне региона, что потребует: раскрытия потенциала формирования внутрорегиональных кластеров с последующей их аналитикой; участия региона в выработке кластерной стратегии; формирования критериально-оценочного механизма участия сектора региональной власти в кластерных проектах

Для поддержания высокоэффективного механизма управления развитием, региональная система управления должна стремиться к созданию инновационных кластеров на своей территории, поскольку это является одной из основ реализации возможностей развиваться устойчиво, а не инерционно. Для этих целей потребуются:

– объединение разрозненного рекреационно-ресурсного потенциала региона в единый кластерный механизм взаимодействия;

– представление предпринимательских структур региона на уровне страны;

– причинно-следственный процесс кластерного подхода в управлении развитием;

– доступность участников малого и среднего бизнеса к ресурсам: материальным, финансовым, человеческим;

– формирование благоприятного инвестиционного климата в регионе;

– политизация кластерной поддержки на уровне государственных и региональных представителей власти;

– обеспечение конкурентоспособности региона – регион-лидер [5].

Аргументируя кластерные преимущества перед другими формами интеграционных взаимодействий между самостоятельными субъектами хозяйствования следует, что, из механизма функционирования кластера вытекают его структурные элементы, определяемые сложившейся внутриорганизационной средой и соответственно складывающимися взаимоотношениями хозяйствующих субъектов, плюс, вводимый механизм регулирования устанавливаемых связей, которые в свою очередь определяются институциональными условиями, созданными на территории (совокупность норм, правил регулирования отношений и др.) [5]. Кроме того, помимо этого, кластерные формирования могут включать и элементы всех традиционных кооперированных или интегрированных экономических систем, но при этом, их сущность, сочетание и механизм функционирования являются отличными от других структур, чем и определяется уникальностью формирования кластеров, несмотря на существующие системные проблемы построения кластерных образований, включающих институциональные и территориальные ограничения [4].

Таким образом, обобщая существующую проблематику использования кластерных подходов в развитии экономики территории и рекреации следует, что кластерный подход, объединяя субъектов хозяйствования географически и в рамках единой внутренней информационной среды, связывая с внешней инновационно-ориентированной средой локально-ограниченные инструменты взаимодействия внутренней среды созданного кластера, представляет собой направленную системную структуру, интегрированную в единую особую систему сферы производства, науки, образования и государственного управления, созданную на основе принципов информационно-технологического взаимодействия и, реализующей общие экономические интересы его участников, объединенных между собой определенной корпоративной культурой и связями. Кроме того, следует отметить и то, что устанавливаемые связи с данными определениями кластера, определяют появление ряда преимуществ перед другими формами объединения и коопераций субъектов

хозяйственной деятельности, в форме реализации роста возможностей для инноваций показанного потенциала вновь создаваемого/формируемого бизнеса [6]. Но при этом потенциальные участники кластера зачастую, как правило, всегда стоят перед выбором, который можно назвать «кластерной дилеммой».

Дифференцированный подход к темпам роста социально-экономического развития экономик регионов, активизация эффективного использования потенциала рекреационных ресурсов территорий, составляют особую проблему в рамках всей страны.

Современный механизм формирования условий устойчивого развития территории должен, как правило, ассоциироваться со сбалансированным саморазвитием, источником обеспечения которого служит человеческий капитал, сохранение и наращивание которого в настоящее время затруднено.

Л и т е р а т у р а

1. Ваганова О.В. Органы власти в становлении инновационного кластера: региональный аспект / О.В. Ваганова, Г.Н. Лихошерстова // Вестник Брянского государственного университета. 2011. №3. С. 71-74.

2. Глаголева Н.Н. Экологическая безопасность как фактор экономического развития страны / Н.Н. Глаголева, О.П. Матвеева // Вестник Белгородского государственного технологического университета им. В.Г. Шухова. 2015. №5. С. 286-289.

3. Ермолаев Д.В. Конкурентоспособные кластеры в экономике региона / Д.В. Ермолаев // Научное обозрение. 2015. №9. С. 251-257.

4. Лихошерстова Г.Н. Кластер как «рыночный институт пространственного развития региона» / Г.Н. Лихошерстова, А.Ю. Лихошерстов // Актуальные проблемы экономики в условиях реформирования современного общества: материалы заоч. междунар. науч.-практ. конф., Белгород / НИУ БелГУ, Белгород, 2013. С. 25-27.

5. Лихошерстова Г.Н. Теоретические аспекты управления формированием туристско-рекреационного кластера в регионе / Г.Н. Лихошерстова, А.Ю. Лихошерстов, О.В. Ваганова // Научное обозрение. 2013. №3. С. 293-296.

6. Махновский Д.Е. Управление региональным туристско-рекреационным комплексом в условиях глобализации / Д. Е. Махновский // Общество. Личность. Культура. : Сборник научных трудов/ Белгород, Санкт-Петербург, 2008. 575 с.

References

1. Vaganova O.V. Organy vlasti v stanovlenii innovatsionnogo klastera: regional'nyj aspekt / O.V. Vaganova, G.N. Lihosherstova // Vestnik Bryanskogo gosudarstvennogo universiteta. 2011. №3. S. 71-74.

2. Glagoleva N.N. EHkologicheskaya bezopasnost' kak faktor ehkonomicheskogo razvitiya strany / N.N. Glagoleva, O.P. Matveeva // Vestnik Belgorodskogo gosudarstvennogo tekhnologicheskogo universiteta im. V.G. SHuhova. 2015. №5. S. 286-289.

3. Ermolaev D.V. Konkurentosposobnye klastery v ehkonomike regiona / D.V. Ermolaev // Nauchnoe obozrenie. 2015. №9. S. 251-257.

4. Lihosherstova G.N. Klaster kak «rynochnyj institut

prostranstvennogo razvitiya regiona» / G.N. Lihosherstova, A.U. Lihosherstov // Aktual'nye problemy ehkonomiki v usloviyah reformirovaniya sovremennogo obshchestva: materialy zaoch. mezhdunar. nauch.-prakt. konf., Belgorod / NIU BelGU, Belgorod, 2013. S. 25-27.

5. Lihosherstova G.N. Teoreticheskie aspekty upravleniya formirovaniem turistsko-rekreacionnogo klastera v regione / G.N. Lihosherstova, A.U. Lihosherstov, O.V. Vaganova // Nauchnoe obozrenie. 2013. №3. S. 293-296.

6. Mahnovskij D.E. Upravlenie regional'nym turistsko-rekreacionnym kompleksom v usloviyah globalizacii / D. E. Mahnovskij // Obshchestvo. Lichnost'. Kul'tura. : Sbornik nauchnyh trudov/ Belgorod, Sankt-Peterburg, 2008. 575 s.

Lihosherstova G., Sidorov A.

CLUSTER AS A TOOL FOR INNOVATION AND INVESTMENT MANAGEMENT DEVELOPMENT OF TOURIST AND RECREATIONAL AREAS OF THE CONSTITUENT ENTITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION

The essential process of modern cluster approach is defined by the operating system of policy of public administration and a control system at the level the region. Considering cluster approach from the point of view of points of growth of the domestic regional market and social and economic development of the territory of Territorial subjects of the Russian Federation, follows that cluster approach is one of instruments of management of development of the territory which defines a vector orientation on interaction of

set of a number of different types of systems, taking into account their category accessory.

Keywords. Cluster, cluster as tool of the modern management system development, innovation, system, control of development, mechanism of control of development, recreation, recreational capacity, economy of the region, regional growth of economy.

Лихошерстова Г.Н. – к.э.н., доцент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

E-mail: likhosherstova@bsu.edu.ru

Сидоров А. – студент, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

Lihosherstova G. - candidate of economic Sciences, associate Professor, Belgorod state national research University

E-mail: likhosherstova@bsu.edu.ru

Sidorov A. - Student, Belgorod State National Research University

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н, проф., директор института экономики и финансов ЛНУ им.В.Даля

Статья подана: 22.04.17

УДК 338.48

ИМПОРТОЗАМЕЩЕНИЕ В ТУРИЗМЕ В РОССИИ

Богомазова И.В., Русанова А.А.

IMPORT SUBSTITUTION IN TOURISM IN RUSSIA

Bogomazova I., Rusanov A.

В данной статье рассматриваются понятия импортозамещения и туристического импорта. Оценивается возможность импортозамещения в России в различных отраслях, в том числе и в туризме. Подчеркивается возможность импортозамещения в Белгородской области.

Ключевые слова: импортозамещение, импортозамещение в туризме, туристский импорт, туризм, туристский потенциал, туристский рынок.

Статья выполнена в рамках гранта Президента Российской Федерации для государственной поддержки молодых российских ученых - кандидатов наук. Тема «Развитие конкурентных преимуществ сферы туризма с целью повышения эффективности региональной экономики» (МК-8062.2016.6)

Импортозамещение — это процесс замещения импортных товаров и услуг товарами и услугами отечественного производства. Распространение этого понятие произошло в 2014 году, когда множество стран ввело санкции против Российской Федерации.

Туристический импорт – это ввоз в страну впечатлений туристов, который одновременно с этим сопровождается вывозом денег туристом из этой страны. Иначе, туристский импорт – это туризм, который развивался в последние годы в России. Импортозамещение в туристской сфере значит повышенное внимание к постоянному развитию внутреннего и въездного туризма, формирование конкурентоспособного турпродукта страны, который направлен на удовлетворение возрастающего спроса граждан в условиях нестабильной ситуации и снижения объемов международного и выездного туризма [1, 187 с.].

Импортозамещение в отраслях производства в России (сельское хозяйство, промышленность и т.д.) и импортозамещение в туризме объединяет лишь то, что это вынужденная мера, реакция страны на воздействие негативных факторов и сил извне. Большое различие в них в том, что при

импортозамещении в производстве преобладает скорее воздействие политики стран Евросоюза и США, в то время, как импортозамещению в туризме срабатывают преимущественно экономические причины. Поскольку, импортозамещение в условиях санкций носит определенную специфику, в том числе вынужденный характер и осуществление под сильным давлением временных ограничений и внешних факторов, на фоне недавней деиндустриализации и снизившихся темпов развития экономики. По некоторым направлениям отмечаются нарушения индикаторов безопасности в экономике, что непосредственно оказывает прямое влияние на национальную экономику, делая ее уязвимой к внешним рискам.

В тоже время, для российских туристов не существует запрета на путешествия за границу и въезд в какие-либо страны. И на сегодняшний день в отечественной туристской индустрии образовался отдельный набор мотиваций к импортозамещению.

Импортозамещение в туризме для России необходимо и в основном вызвана турбулентным состоянием современной экономики в мире, которое оказывает серьезное воздействие на национальную экономику, и в том числе, на туризм, как составную часть. В результате в России образовалась такая цепочка воздействий: значительный спад цен в мире на нефть, рост курса евро и доллара, ухудшение экономической ситуации в стране, падение доходов граждан в 2015-2016 годах. Что непосредственно привело к спаду выездного туризма среди населения России. В соответствии с данными Ростуризма, масштаб падения туристского потока из Российской федерации в 2015 году был рекордным за последние 20 лет и составил практически 40 %. Однако, в связи с изменением курса валюты, выгодны для туристов стали поездки в Россию, т.е. въездной туризм.

Если произойдет улучшение экономической ситуации в России в целом, а также возрастут доходы населения, вновь возрастет выездной туризм из страны (увеличение импорта туристических услуг), так как посещение уникальных туристических объектов (Венеция, Рим, Афины, Париж и т.п.) незаменимо, исходя из сути туризма, а именно – получения ярких впечатлений. Также, возможно восстановление турпотока из России, если будут урегулированы политические проблемы со странами, которые являлись традиционными местами пребывания туристов (Турция, Египет), однако лишь при условии, что в Российской Федерации не будет создан аналогичный конкурентоспособный продукт (Крым, Сочи). В постсоветский период многие россияне сумели познакомиться со стандартами качества в зарубежных странах, что оказывает влияние на их выбор и предпочтения.

Россия на международном туристском рынке занимает достаточно малое место, около 1 % туристского потока в мире. Это не сопоставимо в сравнении с долей страны в движении капитала и международной торговле.

Для туристской индустрии в девяностых и двухтысячных годов сложился ряд диспропорций в развитии выездного, внутреннего и въездного туризма. Обладая уникальным и довольно масштабным туристским потенциалом, Россия способна принимать большой туристский поток из зарубежных стран, чем в данный момент. Тем не менее, выездной туризм получил недостаточное развитие, что приводит к недополучению поступлений в бюджет. Наибольшее развитие получил в последние годы выездной туризм. В 2013 году, по данным АТОР он в 8 раз превысил въездной [2, 68 с.].

Кроме того, позиция России слаба и на международном уровне. По индексу конкурентоспособности сферы туризма, который рассчитывался ВТО, Россия расположилась из 140 стран на 63 месте, опустившись на 4 позиции в сравнении с 2011 годом. При этом РФ включена в топ-10 наиболее интересных стран для туризма, и по прогнозам международных экспертов относится к тем государствам, в которых в 21 веке можно ждать высокие темпы развития, однако лишь при поддержке государством отрасли.

В российской туристской индустрии заметны позитивные изменения, являющиеся результатом реализации государственных документов, которые направлены на решение стратегических задач в туристской отрасли. С 2014 года заметны и структурные изменения отрасли (развитие инфраструктуры, формирование и развитие кластеров), а также положительная динамика некоторых показателей.

За 2015 год, по данным Росстата, поток туристов внутри страны составил почти 50 млн. человек. При этом в соответствии с плановыми

показателями только в 2018 году поток туристов должен был составить 40 млн. человек. Кроме того, рост спроса на услуги внутреннего туризма еще опережает создание и развитие инфраструктуры. В 2015 году въездной поток вырос, и составил более 27 млн. человек, что на 8% больше, чем в 2014 году. Однако, изменениям подлежат и структура въездных туристских потоков: растет количество туристов из стран Ближнего Востока, Азии, Латинской Америки. Наибольший рост турпотоков отмечен из Ирана, Китая и Индии. Летом 2015 года в Китае дан старт проекту «Красный маршрут», Российская Федерация и Китай планируют разрабатывать различные патриотические маршруты, однако при этом, наибольшим спросом пользуются маршруты, которые связаны с социалистическим прошлым России.

Стоит отметить, что приоритетом импортозамещения в туризме в России стратегическом отношении выступает рост въездного туризма. Это обусловлено рядом причин, а именно: выступает наиболее выгодным видом экспорта услуг и обеспечивает приток валюты в страну. Для зарубежных стран, доходы от туризма выступают одной из ведущих статей доходов бюджета.

Комплекс задач, направленных на организацию импортозамещения в туризме в Российской Федерации обсуждается на различных представительных форумах. Созданы на федеральном уровне Координационный совет по развитию внутреннего и въездного туризма в РФ, Комитет по импортозамещению, с участием российских туроператоров, работающих ранее лишь в сфере выездного туризма (Турция и Египет преимущественно). Данные органы занимаются организацией работы и обеспечения согласования действий государства, научных и общественных организаций, бизнеса, которые направлены на формирование программ поддержки участников рынка туризма, развивающих въездной и внутренний туризм. Реализация целей импортозамещения в туризме, а именно: создание комфортных, новых конкурентоспособных, внутренних турмаршрутов, обеспечивается с помощью консолидации усилий, а также ресурсов государственных органов в туристской сфере, турагентов, туроператоров, учреждений, подготавливающих кадры в туристской сфере, транспортных компаний и иных участников деятельности туризма на основе разработанных мер [3, 91 с.].

Для развития в России внутреннего туризма необходимы серьезные ресурсы и вложения, и кроме того, анализ эффективности использования их уже сейчас. К серьезным проблемам современного туризма, которые сдерживают его развитие и требуют крупных инвестиций относятся: недостаточное количество средств

размещения в разных ценовых категориях с современным уровнем комфорта; слабо развитая транспортная и туристская инфраструктура во многих регионах страны; дефицит транспортных средств или сильный износ транспорта, который используется для туристских перевозок и др.

Государственная поддержка внутреннего и въездного туризма осуществляется с помощью таможенных и налоговых льгот, прямых ассигнований, направленных на разработку региональных и федеральных целевых программ, предоставления льготных кредитов. Создаются налоговые условия для развития сферы туризма, формирования новых условий ведения предпринимательской туристской деятельности на территориях социально-экономического развития в Восточной Сибири, на Дальнем Востоке.

Белгородская область располагает большим туристским потенциалом. На территории области находится множество туристских ресурсов, которые направлены на привлечение посетителей с разными целями.

На сегодняшний день туризм не получил должного развития, чтобы существенно влиять на экономику Белгородской области. Так по статистике, большинство приезжающих в наш регион рассматривают его как транзитный субъект, прежде всего, и только потом как туристский центр. 50,1% от общего числа гостей посещают область с деловыми и профессиональными целями и только 35,3% видят в ней территорию потенциального досуга и отдыха. Однако, даже проведение крупных мероприятий, связанных с героической историей края, или международных спортивных турниров приносит немалые выгоды для бюджетов всех уровней.

К ресурсам, способствующим импортозамещению в Белгородской области относятся:

1. Природно-климатические ресурсы области - животный мир области, озера, реки, такие как Северский Донец, Ворскла, Оскол, Валуй и т.д. Что касается климата Белгородской области, он умеренно-континентальный, с довольно мягкой зимой, со снегопадами и оттепелями и продолжительным летом.

2. Лечебные и оздоровительные ресурсы. Наиболее известными лечебно-оздоровительными центрами Белгородской области являются «Красиво» (Борисовский район), «Дубравушка» (Корочанский район, единственный санаторий в России, где выводят из организма человека радионуклиды), «Красная Поляна» на берегу реки Оскол в Валуйском районе, «Первое Мая» в Шебекинском районе.

3. Ресурсы, способствующие развитию физкультуры и спорта. В Бел-городской области функционируют 48 стадионов с числом мест для зрителей 1500 и более, 765 спортивных залов, 128

плавательных бассейнов и 2849 плоскостных спортивных сооружений (площадки и поля).

Так, разнообразие туристских ресурсов области позволит удовлетворить возникающие туристские потребности по разным направлениям. Альтернативной заменой зарубежных мест лечебного туризма могут стать санатории Белгородской области, поскольку на территории находится ряд оборудованных санаториев, которые пользуются спросом уже сейчас.

Л и т е р а т у р а

1. Качурина М.М. Развитие внутреннего туризма в России: импортозамещение [Текст] / М. М. Качурина, Н. Ю. Губанова, Д.И. Дмитров // Гуманитарные, социально-экономические и общественные науки. – 2015, №11-2. Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitiie-vnutrennego-turizma-v-rossii-importozameshenie>.

2. Клейман А.А. Проблемы устойчивого развития и импортозамещения в туризме в условиях политической и экономической нестабильности [Текст] / А. А. Клейман, О. А. бабанчикова // Наука и туризм: стратегии взаимодействия. - № 4. – 2015.

3. Тарчоков С.К. Проблемы импортозамещения и стратегия развития туризма в условиях кризиса в России [Текст] / С. К. Тарчоков // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. - № 8-2, стр. 135-140. – 2015.

R e f e r e n c e s

1. Kachurina M.M. Razvitiie vnutrennego turizma v Rossii: importozameshenie [Tekst] / M. M. Kachurina, N. YU. Gubanova, D.I. Dmitrov // Gumanitarnye, social'no-ehkonomicheskie i obshchestvennye nauki. – 2015, №11-2. Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/razvitiie-vnutrennego-turizma-v-rossii-importozameshenie>.

2. Klejman A.A. Problemy ustojchivogo razvitiya i importozamesheniya v turizme v usloviyah politicheskoy i ehkonomicheskoy nestabil'nosti [Tekst] / A. A. Klejman, O. A. babanchikova // Nauka i turizm: strategii vzaimodejstviya. - № 4. – 2015.

3. Tarchokov S.K. Problemy importozamesheniya i stretageiya razvitiya turizma v usloviyah krizisa v Rossii [Tekst] / S. K. Tarchokov // Industriya turizma: vozmozhnosti, prioritety, problemy i perspektivy. - № 8-2, str. 135-140. – 2015.

Bogomazova I., Rusanov A.

IMPORT SUBSTITUTION IN TOURISM IN RUSSIA

This article discusses the concept of import substitution and tourism imports. Estimate the possibility of import substitution in Russia in various sectors, including in tourism. Emphasizes the possibility of import substitution in the Belgorod region.

Keywords. *import substitution, import substitution in tourism, tourist imports, tourism, tourist potential, tourist market.*

Богомазова И.В. – к.э.н., доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

E-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

Русанова А.А. – магистрант, Белгородский государственный национальный исследовательский университет
E-mail: 720045@bsu.edu.ru

Bogomazova I. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism and Social and Cultural Service, Belgorod State National Research University
E-mail: bogomazova@bsu.edu.ru

Rusanova A. - Graduate student, Belgorod State National Research University
E-mail: 720045@bsu.edu.ru

Рецензент: Климова Т.Б. к.э.н., доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, Белгородского государственного национального исследовательского университета.

Статья подана 25.04.17

СЕКЦИЯ 3**ПРОБЛЕМЫ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ
ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРОДУКТА**

УДК 65.01

**ОЦЕНКА ХОЗЯЙСТВЕННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
ООО «БЕЛГОРОДСКОЕ АВИАПРЕДПРИЯТИЕ»
КАК ОБЪЕКТА ТУРИСТСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ****Зубова А.С., Точко Е.В.****EVALUATION OF ECONOMIC ACTIVITY OF LLC "BELGOROD AVIATION
ENTERPRISE" AS AN OBJECT OF TOURIST INFRASTRUCTURE****Zubova A., Tochko E.**

В данной статье идет речь о туристской инфраструктуре, а именно, хозяйственной деятельности аэропорта и его влиянии на экономику региона.

Ключевые слова: Индустрия туризма, авиауслуги, экономическая устойчивость, хозяйственная деятельность, экономическая устойчивость

Индустрия туризма – это система производственных, транспортных, торговых, сервисных предприятий и средств размещения, предназначенная для удовлетворения спроса на туристические товары и услуги. Важным моментом является наличие развитой инфраструктуры, в том числе транспортной [1, с. 76].

На территории г. Белгород Белгородской области деятельность по предоставлению транспортных услуг осуществляют АО «Белгородское авиапредприятие», ОАО «РЖД», ООО «Белгородский автовокзал».

АО «Белгородское предприятие» является ведущим предприятием, оказывающим транспортные авиауслуги, как на внутренних, так и на международных перевозках. Аэропорт обладает выгодным геополитическим положением, область, на территории которой он находится, отличается мощным экономическим потенциалом, что способствует развитию и преобразению аэропорта.

В рыночной экономике обеспечение экономической устойчивости является приоритетной задачей любого предприятия, так как она является залогом его выживания. Основной целью анализа устойчивости предприятия является способность реально оценить, как финансовые возможности своего предприятия, так и потенциальных конкурентов.

В результате исследовательской работы был проведен анализ хозяйственной деятельности предприятия, результаты которого будут изложены в данной статье.

Аэропорт «Белгород» является запасным для Московской воздушной зоны. После реконструкции в 2011 году пропускная способность нового аэровокзального комплекса составляет – до 450 пассажиров в час: 300 – на внутренних рейсах и 150 на международных.

В зону обслуживания аэропорта Белгород входят полностью Белгородская область, часть Курской области, часть Воронежской области. Общее население РФ, проживающее в зоне охвата аэропорта, составляет около 2,7 млн. человек.

С 2010 года, рост пассажиропотока составляет 40 – 45 % в год. Такая динамика прогнозируется и в будущем. Этому будет способствовать расширение географии полетов и улучшение качества обслуживания пассажиров.

В 2016 году Обществом было обслужено 416 817 пассажиров, что на 5% больше по сравнению с 2015 годом. Из/в аэропорт «Белгород» было выполнено 3 199 рейса, что превысило аналогичный показатель в 2015 году на 14,5%. Доходы от наземного обслуживания составляют около 82,16 % от общего дохода предприятия за 2016 г.

Во внутренних направлениях в 2016 году было обслужено 315 638 пассажиров. Рейсы выполнялись в следующих направлениях: Москва, Минеральные Воды, Мурманск, Краснодар, Казань, Калининград, Нижний Новгород-Норильск, Санкт-Петербург, Симферополь, Сочи, Сургут, Ноябрьск, Нягань, Ямбург.

В международных туристических направлениях пассажиропоток составил 101 179 человек. Аэропортом были обслужены рейсы в Анталию, Ираклион, Хургаду, Шарм-эль-Шейх, Гоа и Пхукет [2].

Основными конкурентами предприятия

являются аэропорты городов Воронежа, Курска, Липецка. Аэропорт г. Липецка был закрыт на реконструкцию до ноября 2014 года. Аэропортом г. Курска обслуживается меньшее количество направлений, чем аэропортом г. Белгорода. Маршрутная сеть аэропорта г. Курска включает следующие направления: Анапа, Москва, Симферополь, Сочи. Такая же тенденция прослеживается и с другими аэропортами.

В отношении с конкурентами компания занимает достаточно стабильную лидирующую позицию, что объясняет наличие выгодного месторасположения аэропорта, повышенный уровень безопасности, оказываемые услуги, а также качество этих услуг.

Как можно больше и точно о социально-экономической устойчивости предприятия могут сказать реальные показатели результатов деятельности (табл. 1).

Таблица 1

Основные социально-экономические показатели деятельности АО «Белгороавиа»

Наименование показателя	Значение показателя			Абсолютное отклонение			Относительное отклонение, %		
	2013	2014	2015	2014/2013	2015/2014	2015/2013	2014/2013	2015/2014	2015/2013
Выручка, тыс. руб.	203108	300367	296782	97259	-3585	93674	147,88	98,81	146,12
Себестоимость, тыс. руб.	326003	427758	659672	101755	231914	333669	131,21	154,21	202,35
Убыток, тыс. руб.	161712	174093	343097	12381	169004	181385	107,65	197,07	212,16
Среднегодовая стоимость основных фондов, тыс. руб.	24599	23465	21236	-1134	-2229	-3363	97,06	92,13	89,43
Рентабельность активов, %	0,312	0,589	0,968	0,277	0,379	0,656	188,78	164,34	310,25
Коэффициент зависимости	1,114	1,348	1,795	0,234	0,447	0,681	121	133,16	161,13
Дебиторская задолженность, %	13066	41067	49761	28001	8694	36695	314,30	121,17	380,84
Кредиторская задолженность, тыс. руб.	237467	473850	682811	236383	208961	445344	199,54	144,09	287,53

Из приведенных данных можно сделать вывод о том, что у предприятия имеются некоторые трудности, об этом свидетельствует отсутствие чистой прибыли, которая переходит в убыток, растущий с каждым годом. Уменьшается среднегодовая стоимость фондов, это может происходить вследствие ветхости и износа, продажи оборудования.

Показатель рентабельности активов имеет тенденцию роста, соответственно прибыль с каждого рубля будет увеличиваться. Также повышение этого показателя может свидетельствовать о повышении цен на оказываемые услуги.

Чтобы повысить уровень доходности продаж, организация должна наблюдать за изменениями цен на услуги, осуществлять постоянный контроль над уровнем затрат.

Компания принимает активное участие в различных государственных проектах. Например, аэропорт участвует в организации маршрутов, субсидируемых по Постановлению Правительства от 25.12.2013 №1242 «О предоставлении субсидий из федерального бюджета организациям воздушного транспорта на осуществление региональных воздушных перевозок пассажиров на территории Российской Федерации и формирование региональной маршрутной сети Российской

Федерации): Белгород – Самара, Белгород – Ростов-на-Дону, Белгород – Краснодар, Белгород – Калининград, Белгород – Казань [2].

Таким образом, можно говорить об относительно стабильном состоянии компании. Имеющиеся потери можно связать с недавней реконструкцией здания аэропорта и прилегающей территории, а также падением спроса, связанным с экономическими кризисами и внешнеполитическими ситуациями.

Данная оценка позволяет говорить о том, что наличие на территории области международного аэропорта позволяет не только увеличивать показатели прибытий граждан с туристическими целями, но и повышать экономический уровень, посредством привлечения инвестиций как государственных, так и частных инвесторов.

Л и т е р а т у р а

1. Бикташева, Д.Л., Гиевая, Л.П., Жданова, Т.С. Менеджмент в туризме – Учебное пособие. – М.: Москва, Альфа-М: Инфра-М, 2014.
2. Архив новостей «Белгородавиа» [Электронный ресурс] – Портал: <http://belgorodavia.ru> Режим доступа: <http://belgorodavia.ru/ob-aeroporte/novosti/архив-новостей>

R e f e r e n c e s

1. Biktasheva, D.L., Gievaya, L.P., Zhdanova, T.S. Menedzhment v turizme – Uchebnoe posobie. – M.: Moskva, Al'fa-M: Infra-M, 2014.
2. Arhiv novostej «Belgorodavia» [Elektronnyj resurs] – Portal: <http://belgorodavia.ru> Rezhim dostupa: <http://belgorodavia.ru/ob-aeroporte/novosti/архив-новостей>

Zubova A., Tochko E.

EVALUATION OF ECONOMIC ACTIVITY OF LLC "BELGOROD AVIATION ENTERPRISE" AS AN OBJECT OF TOURIST INFRASTRUCTURE

In this article we are talking about tourism infrastructure, namely the business activities of the airport and its impact on the region's economy.

Keywords: *Tourism industry, air services, economic stability, economic activities, economic sustainability.*

Зубова А.С. – студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

E-mail: Zubova.nastia2011@yandex.ru

Точко Е.В. - студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

E-mail: kot166@rambler.ru

Zubova A. - Student of "Belgorod State National Research University"

E-mail: Zubova.nastia2011@yandex.ru

Tochko E. - Student of "Belgorod State National Research University"

E-mail: kot166@rambler.ru

Рецензент: *Герасимова Н.А.* к.э.н., доцент кафедры экономики и моделирования производственных процессов НИИ «БелГУ».

Статья подана 03.05.2017

УДК 502

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА

Темникова Н.В.

USE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF TOURISM SUBJECTS

Temnikova N.

Обоснована роль современных информационных технологий и систем в организации деятельности субъектов туризма. Раскрыта сущность понятий «современные информационные технологии», «информационная система», «информация». Дана характеристика внутренней и внешней составляющих электронного бизнеса. Рассмотрены основы организации и электронной коммерции, определены его ключевые компоненты и уровни его архитектуры.

Ключевые слова: информационная технология, субъект туризма, информационная система, информация, электронный бизнес, электронная коммерция.

В настоящее время происходит глобальное преобразование всей земной цивилизации от индустриального общества к информационному. Это общество, в котором деятельность людей осуществляется на основе использования услуг, предоставляемых с помощью информационных технологий и технологий связи.

Как известно, туризм представляет собой торговлю услугами, причем информационно насыщенными. Кроме того, туризм – это высоко интегрированная деятельность, поскольку большое число субъектов туризма вертикально или горизонтально вовлечено в деятельность друг друга [1, с. 15]. Это обуславливает целесообразность создания интегрированной системы взаимосвязанных информационных и компьютерных технологий в данной отрасли. Главная цель информатизации – создание необходимых условий для обеспечения субъектов туризма и их клиентов современной, достоверной и полной информацией путем использования информационных технологий.

Для субъектов туризма информационные ресурсы являются значимым фактором, влияющим на их эффективность и конкурентоспособность. Внедрение информационных систем и технологий позволяет добиться значительного эффекта даже в условиях недостаточной материально-технической

базы и финансов. Этот эффект может быть достигнут за счет увеличения скорости поиска, обработки и предоставления информации, сокращения потерь и непроизводительных затрат рабочего времени, роста объемов релевантной информации для принятия решений, обеспечения удобства и простоты взаимодействия с потребителями туристического продукта.

Использование современных информационных технологий – ключ к выживанию субъектов туризма в условиях жесткой конкуренции. Современные (компьютерные) информационные технологии представляют собой совокупность автоматизированных процессов циркулирования и переработки информации, описания этих процессов, связанных с конкретной предметной областью и реализованных с помощью современных технических средств [2, с. 29]. Разработка таких технологий базируется на принципах: удобство выполнения операций для пользователя; минимальные затраты ручной работы, связанные с обработкой информации; возможность проверки полноты и корректности расчетов, проведенных с использованием вычислительной техники; минимальные затраты времени при потребности восстановить информацию в случае ее потери; обеспечение защиты информации от несанкционированного доступа.

Появление компьютерных технологий и глобальных сетей связи привело к масштабным изменениям бизнес-среды, преобразованиям основных бизнес-процессов и становлению электронного бизнеса в туристической отрасли. Составляющие такого бизнеса – это организация внутреннего взаимодействия сотрудников компании на базе единой локальной информационной сети (интранет) и внешнего взаимодействия компании с партнерами, поставщиками и клиентами с использованием интернет-технологий (экстранет).

В первом случае для оптимизации процессов управления субъектом туризма создаются

информационные системы административно-организационного типа. Их основные функции заключаются в сборе, хранении, обработке и передаче информации об объекте управления. Под информацией подразумевается структурированная совокупность сведений (данных) в виде сообщений и документов, которая отражает факты, явления или события в сфере управления [3, с. 12]. Эти данные могут быть зафиксированы, приняты, переданы, преобразованы, сохранены и использованы для целей управления. Кроме того, они должны раскрывать объект управления с какой-то новой, ранее неизвестной стороны. При использовании в информационной системе к информации предъявляется ряд требований: неисчерпаемость, релевантность, наличие носителя и возможность обработки с помощью вычислительной техники.

Информационная система является органической частью системы управления субъектом туризма. Необходимость использования информационных систем обусловлена рядом предпосылок: постоянный рост объема информации, необходимой для управления; периодичность и цикличность обработки информации; проблемы согласования информации, поступающей из различных блоков системы управления; значительные затраты времени, трудовых и финансовых ресурсов на формирование информационного обеспечения управления; потребность повышения качества, достоверности, своевременности и релевантности используемой в управлении информации.

Субъект туризма может разработать собственную информационную систему или использовать существующие, например, такие как: корпоративная информационная система, информационная система управления бизнесом и финансами, информационная система управления ресурсами, комплексная информационная система управления деятельностью компании.

Важность роли информационной системы заключается в том, что она выполняет функцию коммуникации в системе управления субъектом туризма между всеми ее уровнями и подсистемами и целенаправленной их интеграции в части информационных аспектов. Это информационное взаимодействие направлено на решение следующих задач: выполнение поиска информации, необходимой для управления; обработка и хранение информации с целью выдачи (регулярной или по запросам) сводной информации, необходимой для управления; моделирование действий специалистов при принятии управленческих решений и решении отдельных задач управления.

Ядро электронного туристического бизнеса составляет электронная коммерция, основанная на использовании компьютерных технологий в целях поставки на рынок туристических продуктов, а также расширения спектра бизнес-операций путем их продажи через глобальную сеть.

Ключевым компонентом электронной коммерции является использование интернет-технологий, что создает условия для общего использования разнообразных данных в единой среде. Внешним признаком участия субъекта туризма в электронной коммерции выступает его Web-сайт. Он содержит перечень туристических продуктов, контактную информацию, каталог с возможностью оперативного заказа и оплаты онлайн. Средствами рекламы своих Web-сайтов компании конкурируют за ресурсы сетевого туристического рынка.

В зависимости от рыночной стратегии субъектов туризма возможны следующие формы присутствия в Интернет:

электронная визитная карточка - представляет собой несколько страниц с информацией о компании и ее деятельности, дает возможность потенциальному клиенту познакомиться с туристическими продуктами, аналогично обычному бизнес-справочнику или рекламному объявлению;

электронный каталог - предоставляет подробную информацию о туристических продуктах, а также текущих ценах на них;

электронный магазин - позволяет выбрать туристический продукт оформить заказ через Интернет.

В общем виде архитектура электронной коммерции универсальна и включает три уровня [4, с. 550]: основные службы Интернет, службы обеспечения бизнеса и службы обеспечения электронной коммерции. Интернет предоставляет такие функциональные элементы и основные службы: WWW, Web-браузер, Web-страница, язык HTML, Web-адрес (URL), IP-адрес, маршрутизатор, протокол HTTP, протокол FTP, электронная почта, Web-сервер.

Службы обеспечения бизнеса обеспечивают дополнительные функциональные возможности, которые не могут быть предоставлены основными службами Интернет: поиск, обеспечение безопасности информации, персонализация, интеграция с базами данных, Web-программирование, обмен сообщениями, поддержка мобильных устройств и др. Они реализуются аппаратными и программными компонентами, работающими совместно.

Службы обеспечения электронной коммерции формируют верхний уровень ее архитектуры, на котором службы обеспечения бизнеса взаимодействуют с основными службами Интернет [4, с. 556]. Разработка интерфейса Web-сайта осуществляется исходя из направления электронной коммерции. Для сайтов, которые поддерживают стиль «бизнес – потребитель» (business-to-consumer) интерфейс сайта может быть реализован в виде простого онлайн-ового каталога туристических продуктов или предоставлять возможность пользователям заказывать отдельные позиции в процессе просмотра каталога. Сайтам, которые

поддерживают стиль «бизнес – бизнес» (business-to-business), предоставляются службы автоматизации процесса движения туристических продуктов от производителя к потребителю и реагирования на запросы потребителей: онлайн-доставка, оперативный склад, онлайн-заказ, отслеживание заказов.

Один из важнейших сервисов, обязательный для всех Web-сайтов электронной коммерции, – возможность обработки онлайн-платежей при покупке туристических продуктов. С этой целью используется три основные технологии: электронные деньги, кредитные карты, электронный кошелек.

Развитие технологических решений в электронной коммерции связано с заменой концепции фиксированных цен. Цены на конкретные туристические продукты на азных сайтах колеблются в зависимости от спроса и предложения на рынке. Задачу выбора самого выгодного предложения в условиях плавающих цен потребителю помогают решить электронные агенты. Это позволяет выяснить рыночную цену в тот момент, когда необходим туристический продукт, и снизить накладные затраты на поиск оптимального варианта.

Таким образом, идея новой модели туристического бизнеса состоит в быстром представлении туристических продуктов на рынке относительно недорогим способом с помощью интернет-технологий. Теперь стала возможной мгновенная обратная связь с потребителем, поэтому запросы клиентов напрямую влияют на характеристики туристических продуктов, ценообразование, стратегию. Использование интернет-технологий позволяет субъектам туризма, с одной стороны снижать свои затраты, а с другой – удовлетворять потребности каждого отдельного потребителя.

Однако при всем сказанном выше организация электронного туристического бизнеса еще далека от совершенства. Среди основных недостатков – высокие начальные затраты, сложные правовые проблемы, снижение безопасности и потеря конфиденциальности информации. Их решению будет способствовать государственная поддержка, направленная на принятие необходимых законов в сфере электронного туристического бизнеса и на поощрение развития потенциальных отечественных туристических направлений.

Л и т е р а т у р а

1.Кобещанов О.С., Рожкова Л.А. Сутність та властивості інформаційних технологій в туризмі // Современная экономическая наука: новые гипотезы, тенденции и перспективы развития: сб. тезисов и докладов (III Международная научно-практическая конференция студентов, аспирантов и молодых ученых г.

Луганск, 26-27 февраля 2015 г.) – Луганск: Луганский университет имени Владимира Даля, 2015. – с. 15-17.

2.Ситник В.Ф. та ін. Основи інформаційних систем: Навч. посібник. – 2-ге вид., перероб. і доп. / В.Ф. Ситник, Т.А. Писаревська, Н.В. Єрьоміна, О.С. Краєва; За ред. В.Ф. Ситника. – К.: КНЕУ, 2001. – 420 с.

3.Маслов В.П. Інформаційні системи і технології в економіці: Навчальний посібник – Київ: «Слово», 2005. – 264 с.

4.Ананьев О.М., Білик В.М., Гончарук Я.А. Інформаційні системи і технології в комерційній діяльності: Підручник. – Львів: Новий Світ-2000, 2006. – 584 с.

References

1. Kobeshchanov O.S., Rozhkova L.A. Sutnist' ta vlastyivosti informatsiynykh tekhnolohiy v turyzmi // Sovremennaya ekonomicheskaya nauka: novye hypotezy, tendentsyy u perspektivy razvytyya: sb. tezysov y dokladov (III Mezhdunarodnaya nauchno-praktycheskaya konferentsyya studentov, aspyrantov y molodykh uchenykh h. Luhansk, 26-27 fevralya 2015 h.) – Luhansk: Luhanskyu unyversytet ymeny Vladymyra Dalya, 2015. – s. 15-17.

2. Sytnyk V.F. ta in. Osnovy informatsiynykh system: Navch. posibnyk. – 2-he vyd., pererob. i dop. / V.F. Sytnyk, T.A. Pysarevs'ka, N.V. Yer'omina, O.S. Krayeva; Za red. V.F. Sytnyka. – K.: KNEU, 2001. – 420 s.

3. Maslov V.P. Informatsiyni systemy i tekhnolohiyi v ekonomitsi: Navchal'nyu posibnyk – Kyyyiv: «Slo-vo», 2005. – 264 s.

4. Ananyev O.M., Bilyk V.M., Honcharuk YA.A. Informatsiyni systemy i tekhnolohiyi v komertsyiyniy diyal'nosti: Pidruchnyk. – L'viv: Novyy Svit-2000, 2006. – 584 s.

Темникова Н.

USE OF MODERN INFORMATION TECHNOLOGIES IN THE ACTIVITIES OF TOURISM SUBJECTS

The role of modern information technologies and systems of the organization of activity of subjects of tourism. The essence of the concepts "modern information technologies", "information system", "information". The characteristic of internal and external components of e-business. Covers the basics of organizing e-commerce and identifies its key components and levels of its architecture.

Key words: information technology, subject of tourism, information system, information, e-business, e-commerce.

Темникова Н.В. – к.э.н., доцент кафедры финансы и кредит, Луганского национального университета имени Владимира Даля.

Темникова Н. - candidate of economic Sciences, D.assoc., Luhansk National University named after Vladimir Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д., д.э.н., проф директор института Экономики и финансов, Луганского национального университета имени Владимира Даля.

Статья подана 20.04.17

УДК 338.48

ВЗАИМОСВЯЗЬ КАЧЕСТВА УСЛУГ И КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ

Фруцкая В.В.

RELATIONSHIP OF QUALITY OF SERVICES AND COMPETITIVENESS ENTERPRISES OF HOTEL INDUSTRY

Frutskaya V.

В статье рассматриваются проблемы конкуренции гостиничных предприятий и их услуг, анализируются основные характеристики основных составляющих гостиничного продукта, а также способы повышения качества услуг.

Ключевые слова: Качество, услуги, предприятия гостеприимства, конкуренция, конкурентоспособность, фирменный стиль, гостиница, гостиничный продукт, стратегия.

В современных рыночных отношениях экономическое выживание компании определяется ее конкурентоспособностью.

Конкурентоспособность – это способность выдерживать конкуренцию, производя аналогичный или схожий по многим характеристикам товар (услуги). Чтобы выдержать конкуренцию компании необходимо производить качественный продукт. При производстве схожих товаров (услуг) качество становится одним из основных преимуществ. Имея выбор, потребитель будет делать акцент на соотношении цена/качество. Согласно исследованию, проведенному авторами книги «Гостиничный бизнес» Медлик С., Инграм Х., для потребителей основными составляющими продукта индустрии гостеприимства являются:

- расположение гостиницы по отношению к цели приезда (близость к объекту притяжения) туриста в данную местность (город), отсутствие шума и привлекательность окрестностей;
- материально-техническая база (удобства) гостиницы, которая включает спальни, рестораны, бары, помещения для приемов, совещаний, отдыха и спорта (в том числе теннисные корты и плавательные бассейны, сауны, спа-кабинеты) и др.;
- качество обслуживания (непосредственно для потребителя – это степень соответствия ожиданий фактическим впечатлениям);
- фирменный стиль гостиницы и корпоративная культура, создающие образ (имидж),

в котором она целостно (интегрированно) воспринимается потребителем;

- цена гостиничного продукта, которая, с одной стороны, выражает его рыночную стоимость, определяемую расположением, удобствами, качеством обслуживания, имиджем и удовлетворением, получаемым клиентами от всей совокупности этих составляющих, а с другой – должна соответствовать потребительской стоимости для конкретного потенциального гостя (рис. 1.1) [3, с. 15].



Рис. 1.1. Гостиница как рыночное понятие [3, с. 15]

Разумеется, приведенные характеристики будут изменяться в зависимости от вида туризма и целей поездки. Каждый из приведенных элементов является производным рыночного спроса, который в свою очередь определяет спрос на услуги той или иной гостиницы, а ее ответное предложение порождает действие внутренних факторов, которые обеспечивают работу системы управления как конкурентоспособной и эффективной среды.

Как уже было сказано выше, качество является важным фактором, и при обслуживании

потребителя в отеле не теряет своей актуальности. От качества обслуживания зависит не только впечатление клиента, но и конкурентоспособность, поэтому необходимо иметь резерв адекватных нововведений. Нововведения должны быть в таких сферах, как менеджмент, маркетинг, комплексе дополнительных услуг и др. Все нововведения должны быть ориентированы на повышение качества предлагаемых услуг. Важными параметрами качества являются осязаемость (клиент должен знать, за что платит деньги), надежность (клиент должен знать, что получит исполнение услуги в срок), безопасность (клиент должен быть уверен в отсутствии риска), ответственность (клиенту должно быть гарантировано выполнение заявленных услуг), доступность (клиент должен иметь возможность легко связываться с предприятием, иметь возможность выбора), компетентность персонала (персонал должен быть вежливым, коммуникабельным, способным удовлетворить интерес гостя) [1, с. 78].

Большая часть параметров связана с личностью и ее умением конкурировать на рынке труда. Конкурентоспособность личности – это способность выдерживать конкуренцию, противостоять соперникам в какой-либо сфере, а также осуществлять свою деятельность лучше других.

На предприятии, в условиях жестких рыночных отношений, конкуренция специалистов одной сферы между собой является важным фактором конкурентоспособности предприятия. Конкуренция между специалистами индустрии гостеприимства выражается в их личностных характеристиках, профессиональных качествах и умении находить выход из кризисных ситуаций. Успешное ведение бизнеса, в том числе гостиничного, напрямую зависит от подготовки кадров.

Зачастую качество предоставляемых услуг у потребителя ассоциируется с «удобствами» гостиницы. Потребитель рассматривает удобство расположения гостиницы, оснащение номера, благоустроенность прилегающей территории и т.д. Безусловно, качество предоставляемых услуг зависит от укомплектованности материально-технической базы предприятия гостеприимства.

За последние годы многие гостиничные предприятия превратили предоставление услуг в свой фирменный стиль, который позволяет привлекать потребителей, выделяя одно предприятие из множества других. Основными носителями фирменного стиля выступают персонал (униформа), лобби-бары, холлы гостиниц, номера и коридоры, сделанные в одном, как правило, едином стиле [4, с. 5].

Если раньше потребителю было достаточно хорошего обслуживания, то сейчас стандарты повышаются, гость требует обслуживания по высоким стандартам с применением творческого подхода. Руководители гостиниц уже не просто выполняют рутинные обязанности, а разрабатывают

все новые и новые способы повышения качества предоставляемых услуг, поддерживая конкурентоспособность своего предприятия.

Одним из ключевых направлений формирования преимуществ гостиниц является предоставление услуг более высокого качества, нежели у конкурентов. Такие услуги должны не просто удовлетворять потребителя, а превосходить его желания. Выбирая ту или иную гостиницу, потребитель исходит из своего опыта и имеющейся информации из Интернета и СМИ, а также посредством личных коммуникаций. После получения потребитель будет сравнивать то, что получил со своими ожиданиями. Если реакция будет положительной, то можно ожидать повышения спроса. Если отрицательной, то, скорее всего, потребитель потеряет интерес к гостинице и/или ее сети.

Важнейшим условием выживания является производство конкурентоспособного товара. Для производства такого товара необходима постоянная работа на всех этапах его производства.

Любое предприятие, в том числе и гостиницы, испытывают на себе влияние рисков или факторов, которые сказываются на работе предприятия. Риски бывают внутренние и внешние. К внешним рискам относятся: различные природные катаклизмы, политические ситуации, экономика (инфляция), падение потребительского спроса. Внутренние риски сводятся к неполучению финансовой выгоды (упущенная выгода, неполучение прибыли, неудачное инвестирование и т.д.).

Конкурентоспособным предприятием является предприятие, которое может прогнозировать риски, минимизировать ущерб от них. Необходимо рассматривать стохастическую составляющую процессов производства, реализации продукции и получения прибыли, что особенно отличает специфику работы индустрии гостеприимства и туризма в условиях конкуренции [2, с. 147].

Множество стратегий по управлению работой гостиницы, сложность вертикальных и горизонтальных взаимосвязей, неопределенность в условиях экономической нестабильности, постоянно меняющийся спрос требуют принять наилучшее решение при ограниченном выборе.

Основой методологии комплексного управления предприятиями сферы гостеприимства должна стать концепция оптимальности. Фундаментом системы анализа и управления экономическими объектами должен стать синтез методов математического программирования и предельного анализа.

Согласно концепции оптимальности, кривая долгосрочных средних расходов будет соответствовать наименьшим издержкам производства единицы продукции (номера гостиницы должны поддерживаться в рабочем состоянии), с которыми можно осуществить процесс расширенного воспроизводства (совершенствование

структуры, наращивание мощностей), и представляет собой огибающую линию минимальных издержек на краткосрочный отрезок времени. Так, должна формироваться программа производства гостиничного продукта и загрузки предприятия гостеприимства [2, с.147].

Конкуренция товаров и услуг – это движущая сила, заставляющая производителей постоянно заниматься системой качества, сохраняя и улучшая свои позиции на рынке.

Л и т е р а т у р а

1. Гаранина Е.Н., Забаев Ю.В. Методология и практика формирования конкурентных стратегий гостиничных компаний [Текст]: монография / Е.Н. Гаранина, Ю.В. Забаев - М.: Логос, 2013.

2. Забаев Ю.В. Математическое моделирование как фактор обеспечения конкурентоспособности предприятий индустрии туризма [Текст]: Труды международной академии туризма / Ю. В. Забаев - Вып. 5. М., 2010. С. 147–166.

3. Медлик С., Инграм Х. Гостиничный бизнес [Текст]: учебник для студентов вузов / С. Медлик, Х. Инграм - пер. с англ. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.

4. Скараманга В.П. Фирменный стиль в гостеприимстве [Текст]: учеб. пособие / В. П. Скараманга - М.: Финансы и статистика, 2005. 192 с.

5. Слинкова О.К., Патrusова А.М. Эволюция производственного менеджмента и его особенности в сфере услуг / Научный результат. Серия Технологии бизнеса и сервиса. 2015. Т.1. № 1(3). С. 67-75.

R e f e r e n c e s

1. Garanina Ye.N., Zabayev YU.V. Metodologiya i praktika formirovaniya konkurentnykh strategiy gostinichnykh kompaniy [Tekst]: monografiya / Ye.N. Garanina, YU.V. Zabayev - M.: Logos, 2013.

2. Zabayev YU.V. Matematicheskoye modelirovaniye kak faktor obespecheniya konkurentosposobnosti predpriyatiy

industrii turizma [Tekst]: Trudy mezhdunarodnoy akademii turizma / YU. V. Zabayev - Vyp. 5. M., 2010. S. 147–166.

3. Medlik S., Ingram KH. Gostinichnyy biznes [Tekst]: uchebnik dlya studentov vuzov / S. Medlik, KH. Ingram - per. s angl. M.: YUNITI-DANA, 2005.

4. Skaramanga V.P. Firmennyy stil' v gostepriimstve [Tekst]: ucheb. posobiye / V. P. Skaramanga - M.: Finansy i statistika, 2005. 192 s.

5. Slinkova O.K., Patrusova A.M. Evolyutsiya proizvodstvennogo menedzhmenta i yego osobennosti v sfere uslug / Nauchnyy rezul'tat. Seriya Tekhnologii biznesa i servisa. 2015. T.1. № 1(3). S. 67-75.

Frutskaya V.

RELATIONSHIP OF QUALITY OF SERVICES AND COMPETITIVENESS ENTERPRISES OF HOTEL INDUSTRY

The article considers problems of competition of hotel companies and their services, analyzes the main characteristics of the main components of the hotel product, and also ways of improvement of quality of services are analyzed.

Keywords: *Quality, services, hospitality enterprises, competition, competitiveness, corporate identity, hotel, hotel product, strategy.*

Фруцкая В.В. - магистр, Белгородский государственный национальный исследовательский университет

E-mail: veronikafrutskaya@inbox.ru

Frutskaya V. - Master of Belgorod State National Research University

E-mail: veronikafrutskaya@inbox.ru

Рецензент: *Слинкова О.К.*, д.э.н., проф. кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

Статья подана 26.04.2017

УДК 379.85:338.48 (045)

ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ТЕРРИТОРИЯХ

Шабанова Ю.Н., Клименко И.Г.

FORMATION OF TOURISM INFRASTRUCTURE IN INDUSTRIAL TERRITORIES

Shabanova J., Klimenko I.

В статье раскрыты особенности развития туристической инфраструктуры на промышленных территориях и ее потенциальных ресурсов. Определены и проанализированы составляющие туристической инфраструктуры, факторы ее развития и ее влияние на развитие промышленного туризма.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, промышленная территория, промышленный туризм.

Постановка проблемы. Туризм – важная составляющая экономики многих государств, которая обеспечивает занятость местного населения, загрузку гостиниц и отелей, ресторанов, зрелищных мероприятий и т.д. Внутренняя экономическая природа туризма предусматривает, что турист непременно должен оставить свои деньги в посещаемом государстве в обмен на услуги, предоставленные непосредственно на его территории. Туризм основан на использовании местных туристических ресурсов, а взамен предприятия или государство должны получить доход. В связи с этим перед всеми туристическими предприятиями возникают все новые проблемы. Среди них можно выделить необходимость повышения уровня комфорта, разработки новых уникальных направлений, завоевания новых туристических рынков и т.д. Одним из главных направлений разрешения этих вопросов является развитие туристической инфраструктуры. Но ее создание требует повышенного внимания со стороны как предприятий инфраструктуры, так и государства.

Цель статьи – исследование особенностей развития туристической инфраструктуры на промышленных территориях.

Анализ последних исследований и публикаций. Вопросам развития туристической инфраструктуры на различных территориях, в том числе на промышленных, уделяют внимание в своих работах различные зарубежные и отечественные авторы: В.Ф. Данильчук, В.С. Пацюк, А.Д.

Чудновский, О.Е. Афанасьев, М.А. Жукова, В.Ф. Буйленко, И.В. Зорин, В.И. Курилова, А.Н. Чередниченко, Д.В. Визгалов, Ю.Г. Тютюнник [1–12]. Так, например, В.Ф. Данильчук отмечает, что инфраструктура туристической базы еще не соответствует современному мировому уровню, хотя в последние годы наметились тенденции по созданию современных высококласных отелей, корпусов и номеров на базах отдыха [1].

В.М. Иванова пишет, что под инфраструктурой туризма следует понимать не только социальные услуги непосредственно туризма, но и комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, в том числе телекоммуникационной связи, дорог, смежных с индустрией туризма предприятий, обеспечивающих нормальный доступ туристов к туристским ресурсам и их надлежащее использование в целях туризма, обеспечение жизнедеятельности предприятий индустрии туризма и собственно туристов [2].

Изложение основного материала. Туристическая индустрия – взаимосвязанная система предприятий и предпринимателей, которые предоставляют туристам все необходимые для потребления и достаточные для осуществления самого процесса туризма туристические услуги, работы и товары. Бурное развитие массового туризма в мире вызвало равноценное развитие индустрии туризма и смежных отраслей хозяйства, науки и культуры, системы образования [3]. Исходя из этих предпосылок, туристическая индустрия – совокупность гостиниц и других средств размещения, средств транспорта, объектов общественного питания, объектов и средств развлечений, объектов познавательного, лечебного, оздоровительного, спортивного, религиозно-культового, делового и другого назначения; организаций, которые осуществляют туроператорскую и турагентскую деятельность, а также оказывают туристическо-экскурсионные услуги [4].

На данном этапе развития, независимо от государственного строя страны или территории туристического центра, в сфере туризма действуют несколько различных типов предприятий, осуществляющих туристическую деятельность, а именно организаторы туризма (туристические операторы и туристические агентства), перевозчики, гостиницы и другие предприятия системы размещения, общественного питания, развлечения. К дополнительным предприятиям туристической сферы относят предприятия банковской сферы услуг, страхования, информации и др. В специальных видах туризма могут участвовать лечебные, образовательные, спортивные и другие учреждения, деятельность которых адекватна целям конкретного туристского продукта. Важно, чтобы все эти организации гармонично дополняли друг друга и предоставляли все услуги, необходимые потребителю и достаточные по количественным, качественным и ассортиментным показателям. Объединение перечисленных предприятий в комплексы формирует туристическую инфраструктуру.

Как и любой продукт, туристский продукт имеет свои особенности и структуру, что и обуславливает его специфику.

Основными элементами туристского продукта является тур, дополнительные туристско-экскурсионные услуги и туристские товары, а их совокупность направлена на удовлетворение потребности туристов во время путешествий.

Успех коммерческой деятельности на рынке туризма определяется, в первую очередь, привлекательным туристским продуктом. Термин «продукт» отражает качество или суть конкретных абстрактных вещей (например, пища, приготовленная поваром ресторана, или услуги гида, знакомящего туриста с данной местностью или музеем). Но туристский продукт одновременно представляет собой совокупность весьма сложных разнородных элементов:

- природные ресурсы (воздух, вода, солнце, ландшафт и пр.), исторические, культурные, архитектурные достопримечательности, которые могут привлечь туристов и побудить его совершить путешествие;

- оборудование (средства размещения туристов, рестораны, оборудование для отдыха, занятий спортом и т. д.), которое само по себе не является фактором, влияющим на мотивацию путешествия, но при его отсутствии возникают многочисленные препятствия возможному путешествию;

- возможности передвижения, которые в определенной мере зависят от моды на различные виды транспорта, используемые туристами.

Такие возможности оцениваются, скорее всего, с точки зрения их экономической доступности, чем с точки зрения скорости передвижения. В большинстве случаев туристский продукт – это результат усилий многих предприятий.

В туризме продукт может быть представлен в двух плоскостях. Во-первых, как комплексное обслуживание, т.е. набор услуг, продаваемый туристам в одном пакете. Такое восприятие туристского продукта присуще главным образом потребителям и существенным образом отличается от восприятия производителей. Если спросить поставщиков, что они производят, перевозчики назовут транспортные услуги, отели – услуги по размещению, тематические парки – услуги развлечения и т.д. Для каждого из них продукт есть конкретный вид предоставляемых услуг. В этом, втором случае туристскими продуктами являются составные части пакета услуг.

Таким образом, туристский продукт – это предварительно организованная туроператором комплексная туристская услуга, включающая, по крайней мере, две услуги: перевозка туриста в страну (место) временного пребывания и размещение; продаваемая или предлагаемая к продаже по единой паушальной цене. При этом период оказания услуг превышает 24 часа или включает ночевку.

Туристские услуги составляют значительную часть потребляемых населением услуг и имеют специфический социально-оздоровительный характер, т.е. отдых, возможность развития личности, познания исторических и культурных ценностей, занятия спортом, участия в культурно-массовых мероприятиях, т.е. туризм сочетает в себе экономический, социальный, гуманитарный, воспитательный и эстетический факторы.

С точки зрения производства туристский продукт (услуга) представляет собой совокупность определенного количества и качества товаров и услуг преимущественно рекреационного характера, подготовленных в данный конкретный момент для реализации потребителем. Для потребителей туристский продукт (услуга) не имеет вещественного выражения: это потенциальная возможность, абстрактный потребительский продукт, состоящий из благ, источники которых находятся в природе как в материальной (туристские товары, сооружения, инфраструктура), так и в нематериальной (услуги, общественная среда) форме. Объединение всех этих благ в одно понятие и является объективной необходимостью, так как потребитель не может удовлетворить свои разнообразные потребности в восстановлении жизненных сил только за счет одного вида туристских товаров или услуг, но лишь в комплексе и при этом в определенной обстановке. Таким образом, можно говорить о двойственности туристского продукта (услуги), который обладает характеристиками как материального товара, так и услуг.

Главным элементом любой туристической инфраструктуры являются ее ресурсы – совокупность природных и искусственно созданных человеком объектов, которые имеют комфортные особенности и пригодны для создания туристической инфраструктуры [4]. Эти ресурсы можно разделить на 3 группы:

- 1) рекреационные;
- 2) познавательно-культурные – представляют историческое и культурное прошлое страны;
- 3) современные – демонстрируют современное достояние страны.

В настоящее время имеется значительное количество видов и форм туристической деятельности. Среди них промышленный туризм является достаточно новым видом, но с каждым годом получает все большее признание. Это связано с тем, что он носит познавательный, обучающий и исследовательский характер.

Промышленный туризм – это организация регулярных туристических туров на действующие (или когда-то действовавшие) промышленные предприятия. В основном данные предприятия сконцентрированы на промышленных территориях и имеют определенную инфраструктуру для туристов [5].

Промышленная территория рассматривается в общем виде как земельное пространство с определенными границами, на котором расположен производственный комплекс, включающий в свой состав предприятия крупного индустриального производства, доля которых в валовом внутреннем продукте территории и структуре занятых составляет более половины всех хозяйствующих субъектов [3].

Выводы. Таким образом, туристические ресурсы и туристическая инфраструктура являются важными составляющими, благодаря которым происходит развитие туристической деятельности на промышленной территории. При научно обоснованном учете условий промышленного региона, а также факторов развития туристической структуры и особенностей отдельных регионов области создаются предпосылки превращения Луганской области в ведущий центр промышленного туризма, что повлияет на развитие туризма в целом. Результаты свидетельствуют, что развитие туристической инфраструктуры на промышленных территориях представляет собой особый процесс, который требует развития как научно-методологических подходов к его организации, так и практических рекомендаций по их внедрению.

Литература

1. Данильчук В.Ф. Особенности формирования и развития туристических предприятий: монография / В.Ф. Данильчук.– НАН Украины. Ин-т экономики пром-сти. – Донецк, 2006. – 240 с.
2. Иванова В.М. Туризм: основы, направления, структура / В.М. Иванова. – М.: ИД «Феникс», 2008. – 265 с.
3. Данильчук В.Ф. Предпосылки формирования концепции и механизма развития туристической деятельности на промышленных территориях / В.Ф. Данильчук // Економіка промисловості. – 2009. – №1. – С. 208-210.
4. Пацюк В.С. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні / В.С. Пацюк [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf.

5. Чудновский А.Д. Туризм и компьютерные системы бронирования: учеб. пособ. / А.Д. Чудновский. – М.: Ассоциация авторов и издателей «Тандем», 2007. – 400 с.

References

1. Danil'chuk V.F. Osobennosti formirovaniya i razvitiya turisticheskikh predpriyatiy: monografiya / V.F. Danil'chuk.– NAN Ukrainy. In-t ekonomiki prom-sti. – Donetsk, 2006. – 240 s.
2. Ivanova V.M. Turizm: osnovy, napravleniya, struktura / V.M. Ivanova. – M.: ID «Feniks», 2008. – 265 s.
3. Danil'chuk V.F. Predposylki formirovaniya kontseptsii i mekhanizma razvitiya turisticheskoy deyatelnosti na promyshlennykh territoriyakh / V.F. Danil'chuk // Yekonomika promislovosti. – 2009. – №1. – S. 208-210.
4. Patsyuk V.S. Індустріальний туризм і перспективи його розвитку в Україні / V.S. Patsyuk [Yelektronniy resurs]. – Rezhim dostupu: http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/Nzvdpu/geograf/2008_15/industrylnuu%20tyuzm.pdf.
5. Chudnovskiy A.D. Turizm i komp'yuternyye sistemy bronirovaniya: ucheb. posob. / A.D. Chudnovskiy. – M.: Assotsiatsiya avtorov i izdateley «Tandem», 2007. – 400 s.

Shabanova J., Klimenko I.

FORMATION OF TOURISM INFRASTRUCTURE IN INDUSTRIAL TERRITORIES

The features of development of tourist infrastructure on industrial territories and its potential resources are exposed in the article. Certainly and the constituents of tourist infrastructure, factors of its development and its influence, are analysed on development of industrial tourism.

Keywords: tourist infrastructure, industrial territory, industrial tourism.

Шабанова Ю.Н. – к.э.н., доцент кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля
E-mail: yusha9791@mail.ru

Клименко И.Г. – магистр 1 курса специальности Туризм, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Shabanova J. - candidate of economic Sciences, D.assoc., Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dal
E-mail: yusha9791@mail.ru

Klimenko I. - Master of 1 course in Tourism, Luhansk National University named after Vladimir Dal

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., проф., директор института Экономики и финансов, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Статья подана 19.04.17

УДК 33

КОНКУРЕНТНЫЕ ПРЕИМУЩЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ

Шабанова Ю.Н., Половинка А.Е.

COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE TOURIST ENTERPRISE

Shabanova J., Polovinka A.

В статье рассмотрены основные проблемы формирования конкурентных преимуществ туристического предприятия в современных условиях хозяйствования и предложены мероприятия по повышению конкурентоспособности предприятия туристической сферы.

Ключевые слова: конкурентоспособность, туризм, предприятие, конкуренция, преимущества.

Актуальность. Рыночные отношения диктуют предприятию четкие конечные цели успеха в конкурентной борьбе: максимальное удовлетворение запросов потребителя и высокий уровень эффективности производственно-экономической деятельности. Реализация этих целей заключается в поиске и использовании конкретных преимуществ, которые обеспечивают достижение прочных конкурентных позиций на рынке.

Проблема конкурентоспособности в условиях нестабильности обрела новую грань актуальности. Поиски путей к успеху в динамично изменяющейся экономике продолжаются и сегодня. «Современные рыночные условия характеризуются нестабильностью, постоянными изменениями, кризисами, в результате чего появляются новые черты и особенности среды, в которой и формируется конкурентоспособность компании» [2, с. 136].

В работах отечественных и зарубежных ученых, таких как: Р.А. Фатхутдинова, Т.Г. Философовой, В.А. Быкова, И.М. Лифица, И.М. Костина, Х.А. Фасхиева, М. Портера, Э. Чемберлина, Д. Робинсона, С. Конти, Ф. Франческини, А. Смита, И. Шумпетера, Дж. С. Милля и др. были отражены теории о формировании конкурентных преимуществ предприятия. Однако, многие вопросы, связанные с методологией управления конкурентного преимущества туристического предприятия, требуют дальнейшей

проработки, учитывая особенности отраслевой специфики туризма.

Конкурентоспособность определяется множеством факторов, прежде всего потребительскими свойствами продукции, степени маркетинговой их поддержки, характеристиками целевых рынков, поведением потребителей, потенциалом и ресурсами предприятия.

Однако конкурентоспособность - это относительная характеристика, отражающая отличие от товара конкурента, во-первых, по степени соответствия одной и той же общественной потребности, во-вторых, по затратам на удовлетворение этой потребности.

Повышение конкурентоспособности любого объекта - эволюционный процесс, который установленный невозможностью принятия эффективных управленческих решений только на основе предшествующего опыта или его экстраполяции, он требует создания специфических моделей и механизмов мобилизации научно-технического, производственно-технологического, финансово-экономического, социального и организационного потенциалов предприятий. Поэтому здесь необходима активизация исследований в направлении формирования механизма устойчивого процесса, который даст возможность повысить уровень конкурентоспособности [1].

Обеспечению конкурентоспособности туристического предприятия способствуют: решение о выходе на новые рынки сбыта, реорганизация структуры, изменения хозяйственных связей и маркетинговой политики.

Конкурентные преимущества туристического предприятия - это такие характеристики или свойства, которые обеспечивают предприятию преимущество над прямыми конкурентами.

Основные факторы, которые обеспечивают конкурентное преимущество:

- отличное качество, что представляет собой повышенную ценность для покупателей или через

уменьшение их затрат, или в связи с повышением эффективности продукции;

- затраты предприятия ниже за счет высокой продуктивности;

- навыки или технологии, которые создают уникальную ценность для потребителей.

Конкурентные преимущества предприятия по источникам их возникновения можно разделить на внутренние и внешние. Внутренние - это характеристики внутренних аспектов деятельности предприятия (уровень затрат, производительности труда, организация процессов и т.п.). Внутренние преимущества является базисом общей конкурентной преимущества предприятия. Внутренние конкурентные преимущества следующие:

- производственные (производительность труда, экономичность расхода, обеспечивает обеспеченность материально-техническими ресурсами);

- технологические (современность, гибкость технологических процессов, использования достижений научно-технического прогресса);

- квалификационные (профессионализм, активность, творчество, склонность к нововведениям);

- организационные (современность, гибкость, структурированность);

- управленческие (эффективность и результативность управления качеством, закупочными и сбытовыми процессами; мотивация персонала);

- инновационные (внедрение новых технологий, продуктов, услуг, наличие и внедрение ноу-хау);

- следственные (рыночная культура предприятия, традиции);

- экономические (платежеспособность, ликвидность, доходность, рентабельность);

- географические (размещение, близость к источникам материальных и людских ресурсов, рынков сбыта, транспортных путей и каналов распределения) [3].

Внешние конкурентные преимущества базируются на способности предприятия создать более значимые ценности для потребителей его продукции, что создает возможности более полного удовлетворения их потребностей, уменьшение расходов или повышение эффективности деятельности. Внешние конкурентные преимущества ориентируют предприятие на развитие и использования тех или иных внутренних преимуществ и обеспечивает ему устойчивые конкурентные позиции, поскольку ориентируют на целенаправленное удовлетворение потребностей конкретной группы потребителей.

К внешним конкурентным преимуществам предприятия можно отнести такие:

- информационные (степень информированности предприятия о состоянии и

тенденциях развития рынка, действие сил и условий окружающей бизнес-среды, поведение потребителей, конкурентов);

- конструктивные (технические характеристики продукции, дизайн);

- качественные (уровень качества по оценкам потребителей);

- поведенческие (степень распространения философии маркетинга среди работников предприятия по удовлетворению потребностей потребителей конкретных целевых рынков);

- конъюнктурные (рыночные условия деятельности, конкурентная среда);

- сервисные (уровень и качество услуг);

- имиджевые (общие представления потребителей о предприятии и его предложения продаж, популярность);

- ценовые (уровень и возможная динамика цен);

- сбытовые (портфель заказов, приемы и методы распределения продукции);

- коммуникационные (каналы и способы распространения информации о предприятии, наличие и использование обратной связи).

По происхождению конкурентные преимущества предприятия могут быть представлены следующими разновидностями:

- конкурентные преимущества, создаваемые предприятием с учетом стабильности существующих бизнес-ситуаций, наличие идей как резерв усиления конкурентоспособности;

- конкурентные преимущества, предоставляемые теми или иными изменениями в окружающей бизнес-среде (изменения в поведении потребителей, успехи или неудачи в поведении конкурентов, демографические сдвиги, появление новых сегментов рынка и т.д.), необходимо своевременно заметить и отреагировать.

В зависимости от вероятности успеха конкурентные преимущества туристического предприятия можно разделить на:

- вероятные (победа в конкурентной борьбе);

- стойкие (отклонение в выгодную сторону торгового предложения одной компании по сравнению с предложениями фирм-конкурентов, благодаря чему потребители целевых рынков делают выбор в пользу первой). Устойчивые конкурентные преимущества обеспечивающие потребительские выгоды, они не могут быть повторены конкурентами и являются прибыльными для компании.

По продолжительности действия конкурентные преимущества предприятия делятся на:

- длительные;

- временные.

Время действия конкурентных преимуществ определяется возможностями конкурентов копировать опыт предприятий - лидеров рынка, учитывать допущенные этими предприятиями

просчеты и на этой основе усовершенствовать собственную деятельность.

В зависимости от влияния на потенциал предприятия конкурентные преимущества могут быть разделены на те, которые формируют потенциал предприятия, изменяют его, и такие, которые формируются исходя из наличного потенциала на основе перераспределения усилий и ресурсов.

В зависимости от силы и характера воздействия на потребителей конкурентные преимущества туристического предприятия следует рассматривать как формирующие потребителей, их поведение, запросы, спрос (так называемая американская модель маркетинга), и такие, которые формируются самими потребителями (европейская модель партнерского маркетинга).

По уровню реализации конкурентные преимущества предприятий туристической индустрии можно разделить на отраслевые, межотраслевые, региональные (в пределах страны) и глобальные (мировые).

Пользуясь концепциями маркетинговых систем предприятия, его конкурентные преимущества можно разделить на:

- те, которые способствуют управлению спросом (методы производства и сбыта продукции, повышение производительности труда, уменьшение затрат на производство и сбыт);
- те, которые способствуют управлению запросами потребителей (формирования комплексов маркетинга как оптимальных систем инструментов и действий, которые способствуют успеху предприятия на конкретном рынке);
- конкурентные преимущества, создаваемые современными маркетинговыми системами (приемы и методы стратегического, социально-этического, сетевого, партнерского и других современных видов маркетинга) [3].

Классификация конкурентных преимуществ туристических предприятий способствует правильному их пониманию, ориентированию при их создании на достижение соответствующих результатов.

Главным критерием эффективности деятельности системы управления считаются - конкурентоспособность предприятия. К важнейшим условиям обеспечения конкурентоспособности туристических объектов можно отнести:

- использование научных подходов к стратегическому менеджменту;
- обеспечение единства развития технологии, экономики, управления;
- рассмотрение в единстве качества и совокупных расходов на всех стадиях жизненного цикла объекта;
- использование современных методов исследований и разработок;

- рассмотрение взаимосвязей функций управления любым процессом на всех стадиях жизненного цикла.

Система маркетинговых исследований в отрасли конкурентоспособности предприятия, анализируя конкурентные преимущества, дает возможность исследовать проблемы конкурентоспособности, определить обусловленность их в прошлом и будущем, а также на основе маркетинга, создать предпосылки для принятия правильных и обоснованных решений в отрасли повышения конкурентоспособности туристического предприятия.

Для повышения конкурентоспособности туристического предприятия предложены следующие направления: необходимо улучшить сбытовую политику турфирмы - провести исследование приоритетов выбора потребителями туристических фирм при осуществлении покупки; также нужно разработать систему бонусов турагентам, отелям, скидок постоянным клиентам; для повышения профессионального уровня постоянно проводить занятия с менеджерами по продажам; разработать систему поощрения успешных менеджеров.

Литература

1. Маркетинг: экспресс-курс / И. М. Синяева, С. В. Земляк, В. В. Синяев. - Москва: Дашков и К°, 2013. - 543 с.
2. Маркетинг: учебник / Б. А. Соловьев, А. А. Мешков, Б. В. Мусатов. - Москва: Инфра-М, 2014. - 335 с.
3. Чоренькая Н. В. Организация туристической индустрии: Учебное пособие, - К.: Атика, 2006. - 264 с.

References

1. Marketing: ekspress-kurs / I. M. Sinyayeva, S. V. Zemlyak, V. V. Sinyayev. - Moskva: Dashkov i K°, 2013. - 543 s.
2. Marketing: uchebnik / B. A. Solov'yev, A. A. Meshkov, B. V. Musatov. - Moskva: Infra-M, 2014. - 335 s.
3. Chornen'kaya N. V. Organizatsiya turisticheskoy industrii: Uchebnoye posobiye, - K.: Atika, 2006. - 264 s.

Shabanova J., Polovinka A. COMPETITIVE ADVANTAGES OF THE TOURIST ENTERPRISE

The main problems of formation of competitive advantages of the tourist enterprise in modern conditions of management are considered in the article and the measures on increase of competitiveness of the enterprise of tourist sphere are offered.

Keywords: *competitiveness, tourism, enterprise, competition, advantages.*

Шабанова Ю.Н. – к.э.н., доцент кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля
E-mail: yusha9791@mail.ru

Половинка А.Е. – магистр 1 курса кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Shabanova J. - candidate of economic Sciences, D.assoc., Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dahl

E-mail: yusha9791@mail.ru

Polovinka A. - Master of 1 course Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., проф. директор института Экономики и финансов, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Статья подана: 17.04.17

УДК 338.48

ИННОВАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ В ОРГАНИЗАЦИИ И ПРОВЕДЕНИИ ЭКСКУРСИЙ

Шишлаков М.Ю.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE ORGANIZATION AND EXCURSIONS

Shyshlakov M.

В статье рассмотрены основные проблемы при организации и проведении экскурсионного обслуживания. Выделены инновационные технологии, способные улучшить качество предоставляемых экскурсионных услуг на территории России.

Ключевые слова: туризм, экскурсия, экскурсионная деятельность, инновационные технологии, материально-техническая база, маршрут, сфера туризма, экскурсоведение, переводоведение.

В наши дни научно-технический прогресс достиг такого уровня, когда игнорирование и отсутствие внедрений новинок в любой сфере деятельности может привести отрасль к значительной потере прибыли, а то и убыточности. Инновации не только позволяют серьезно поднять производственный уровень, но и существенно упрощают весь процесс.

Данный вопрос напрямую относится и к туристической сфере. На сегодняшний день туризм является одной из приоритетных и наиболее доходных сфер экономики ведущих стран в мире. Еще большее количество стран собираются в ближайшие годы уделить серьезное внимание развитию туризма на своих территориях и определить данную сферу как приоритетную. Россия также прошла большой путь к созданию условий для развития туризма, тем не менее существует еще ряд сдерживающих факторов, не позволяющих получать максимальную выгоду при существующих ресурсах.

Остановимся на таком популярном в туризме направлении, как экскурсионное обслуживание. Именно экскурсии по самым известным местам России пользовались спросом со времен Советского союза, как среди отечественных, так и среди иностранных туристов. Экскурсионная деятельность позволяет туристам не просто путешествовать, а

влияет на познание и узнаваемость страны, как перспективной дестинации для туризма.

К сожалению, в России, качественный уровень экскурсий на сегодняшний день остался не намного лучше прежнего. Действительно, в наши дни проводится обучение большого количества будущих специалистов-экскурсоводов во многих образовательных учреждениях по всей России. Тем не менее, подход к обеспечению материально-технической базы в туристических фирмах, где потом, эти кадры непосредственно остаются работать, остается на уровне 90-х годов.

При организации пешеходной экскурсии, как правило, эксперты выделяют следующие проблемы, влияющие на качество экскурсии:

- отсутствие четкого контакта между экскурсоводом и экскурсантом. Причиной может послужить громкий посторонний шум с улицы, мешающий восприятию представленной информации. Популярность туристических поездок растет с каждым годом, а в «сезон» работа экскурсоводов и гидов-переводчиков превращается в настоящий ужас. Мало провести свою группу на лучшее место на площадке, нужно еще рассказывать так, чтобы каждый экскурсант услышал и понял информацию;

- международная группа. Не всегда бывает так, что есть гид-экскурсовод или сами экскурсанты знают общие языки для межкультурной коммуникации. В таких случаях приходится обращаться к помощи переводчика, при этом затратная часть для турфирмы на организацию экскурсии увеличивается и сказывается на конечной стоимости;

- неудобный формат информационного бюллетеня по маршруту экскурсии. Бывает, что особо любознательные туристы сталкиваются с проблемой ориентирования среди печатной информации про достопримечательности или же

нити маршрута. Карта, которая разлаживается в лист ватмана выступает не очень практичным помощником при активном движении группы, как и отсутствие логического построения информации по достопримечательностям.

- прочие.

Перечень существующих проблем в экскурсионном обслуживании можно существенно снизить за счёт применения инновационных технологий.

В помощь гидам-экскурсоводам разработана система радиопередачи информации на расстоянии. Экскурсовод или синхронист говорит в свой миниатюрный микрофон гида, подключенный к передатчику, а каждый турист снабжен индивидуальным приемником с наушниками, через которые получает информацию на своем языке. При этом, оборудование для гида бывает двух типов: гарнитура, которая одевается на голову, включает микрофон и наушник; петличный микрофон.

Головная гарнитура позволяет гиду свободно двигаться, при этом это никак не повлияет на передаваемый звук. Устойчивая громкость обеспечивается всегда одинаково близким расстоянием микрофона к лицу гида или переводчика. Для того чтобы контролировать громкость речи и чистоту, гид одевает наушник, подключенный к микрофону.

Петличный микрофон для гида крепится к одежде. Он менее заметен, однако при поворотах головы, четкость речи снижается.

Вся система синхрореперода состоит из:

- передатчика с микрофоном для гида;
- приемников с наушниками для туристов;
- кейса с подзарядным устройством.

Работа микрофона зависит от передатчика, который производит зарядку до экскурсии и работает несколько часов. В том случае, если зарядки не хватает на время экскурсии, устройство может работать от аккумуляторов. Передатчик рассчитан на 16 каналов связи. В том случае, когда на площадке находятся другие группы с радиосистемами перевода, переводчик легко настраивает свой передатчик и приемники туристов на другую волну. Миниатюрные микрофоны не сковывают движения, не требуют дополнительной настройки.

В дополнении, стоит отметить, что на одной из международных выставок, посвященной инновационным технологиям - Mobile World Congress 2017 (MWC 2017), были представлены прототипы радиосистем со встроенными функциями распознавания и синхронного перевода речи. Внедрение данной технологии в будущем позволит в разы упростить работу гида, обойтись без необходимости в привлечении переводчика и затрат на его оплату.

Еще одним решением, на смену вышеописанных приемников для туристов могут служить планшетные компьютеры. Их преимущество заключается в том, что вместо кучи бумажек с картами маршрута и описанием достопримечательностей, у туриста в руках находится небольшой планшет со специализированным программным обеспечением (ПО) от турфирмы. При помощи данного ПО, есть возможность реализовать все функции радиоприемника, карты, аудиогиды, переводчика и прочего, сразу в одном приложении. При этом, внести изменения в материалы приложения намного проще, дешевле и более безвредно (в плане сбережения природных ресурсов), нежели распечатывать большое количество бумаги.

Кроме всего, посредством ПО на планшетах возможно проводить сбор отзывов по окончании экскурсии, при этом получая четкие замечания от свежих эмоций у экскурсантов. В дальнейшем, полученную информацию можно будет использовать для оптимизации, совершенствования экскурсионной программы, определения профессиональных навыков сотрудников и прочего.

Таким образом, инновационные технологии являются движущим механизмом в успешном развитии экскурсионной деятельности и туристической сферы в целом. Для туристических фирм в России, внедрение инновационных технологий позволит поднять качество обслуживания до международного уровня, удовлетворяя высокие требования современного туриста.

Л и т е р а т у р а

1. Все о туризме. Основы экскурсоведения. – [Электронный ресурс] – режим доступа: http://tourlib.net/books_tourism/ekskurs110.htm
2. Перевод экскурсии: дискурсивно-обусловленные особенности – [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/perevod-ekskursii-diskursivno-obuslovlennyye-osobennosti>
3. Радиогид. Оборудование для гида. – [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://sinexpo.ru/articles/>
4. Выставка Mobile World Congress 2017. Русский MWC 2017 – [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://hi-tech.mail.ru/mwc2017/>
5. Sestrik. Always travel your way. – [Электронный ресурс] – режим доступа: <http://sestrik.com/poleznoe-2/mobilnoe>
6. Skyscanner. Электронные путеводители. – [Электронный ресурс] – режим доступа: <https://www.skyscanner.ru/news/elektronnyye-putevoditeli-chto-eto-i-s-chem-ikh-edyat>

R e f e r e n c e s

1. Vse o turizme. Osnovy ekskursovedeniya. – [Elektronnyy resurs] – rezhim dostupa: http://tourlib.net/books_tourism/ekskurs110.htm
2. Perevod ekskursii: diskursivno-obuslovlennyye osobennosti – [Elektronnyy resurs] – rezhim dostupa:

<http://cyberleninka.ru/article/n/perevod-ekskursii-diskursivno-obuslovlennyye-osobennosti>

3. Radiogid. Oborudovaniye dlya gida. – [Elektronnyy resurs] – rezhim dostupa: <http://sinexpo.ru/articles/>

4. Vystavka Mobile World Congress 2017. Russkiy MWC 2017 – [Elektronnyy resurs] – rezhim dostupa: <https://hitech.mail.ru/mwc2017/>

5. Sestrik. Always travel your way. – [Elektronnyy resurs] – rezhim dostupa: <http://sestrik.com/poleznoe-2/mobilnoe>

6. Skyscanner. Elektronnyye putevoditeli. – [Elektronnyy resurs] – rezhim dostupa: <https://www.skyscanner.ru/news/elektronnye-putevoditeli-cto-eto-i-s-chem-ikh-edyat>

Shyshlakov M.

INNOVATIVE TECHNOLOGIES IN THE ORGANIZATION AND EXCURSIONS

The main problems in organizing and conducting excursion maintenance are considered in the article. Singled

out some innovative technologies, which could improve the quality of the provided excursion services in Russia.

Keywords: *Tourism, excursion, excursion activities, innovative technologies, material and technical base, route, tourism industry, guiding basics, translation studies.*

Шышлаков М.Ю. - магистрант, Белгородский государственный национальный исследовательский университет.

Shishlakov M. - Master of Belgorod State National Research University.

Рецензент: *Климова Т.Б.* к.г.н., доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородский государственный национальный исследовательский университет.

Статья подана 04.04.2017

СЕКЦИЯ 4**ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО
В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА**

УДК 332.025

**РАЗВИТИЕ ТУРИСТСКИХ СВЯЗЕЙ МЕЖДУ РОССИЕЙ И
РЕСПУБЛИКОЙ КАЗАХСТАН НА СОВРЕМЕННОМ ЭТАПЕ**

Иккес Е.Э.

**THE DEVELOPMENT OF TOURISM TIES BETWEEN RUSSIA AND
THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AT THE MODERN STAGE**

Ikkes E.

В данной статье рассматриваются направления сотрудничества в сфере туризма России и Казахстана, подчеркивается важность их развития и сохранения.

Ключевые слова: международное сотрудничество, туризм, статистика поездок, популярные направления.

В настоящее время отношения между Российской Федерацией и Республикой Казахстан находятся в стадии динамического развития. Благодаря достаточно тесным связям и стабильным политическим отношениям происходит развитие таких перспективных направлений, как промышленная кооперация, совместное освоение крупнейших источников природных ресурсов, разработка и внедрение инвестиционных и научно-образовательных проектов и т.д. Одним из направлений взаимодействия стран является туризм.

Международный туризм на всех этапах своего становления являлся фактором, содействующим улучшению взаимопонимания между странами и народами, необходимым средством укрепления мира и дружбы, интенсивным стимулятором развития внешне экономических, торговых и культурных отношений. Именно поэтому туризм и сейчас является залогом долгого и перспективного международного сотрудничества.

Потенциал казахстанско-российского сотрудничества имеет хорошие позиции для развития почти всех видов туризма: этнического, делового, культурно-познавательного,

приключенческого, спортивного, экологического, научного и т.д.

Отношения России и Казахстана в сфере туризма постоянно развиваются, разрабатываются различные программы по развитию гостеприимства в Казахстане, по продвижению Казахстана на международной арене, по развитию отношений в сфере туризма между Республикой Казахстан и Российской Федерацией.

Сотрудничеству в сфере туризма уделяется огромное внимание со стороны правительства этих двух государств. Первым двусторонним соглашением, затрагивающим вопросы туризма, является Соглашение между Правительством Республики Казахстан и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в области культуры, науки и образования, подписанное 28 марта 1994 года. Статья 25 Соглашения устанавливает: «Стороны будут поощрять развитие туризма. По взаимной договоренности могут осуществляться мероприятия по направлению совместных туристических групп в третьи страны и приему туристов из этих стран. Конкретные формы сотрудничества и условия обменов будут регулироваться соглашениями между заинтересованными ведомствами и организациями Сторон». Это соглашение предусматривает развитие не двустороннего туризма, а выездного, в зарубежные для России и Казахстана страны [1].

Катализатором развития туристских отношений стало подписанное 15 февраля 2001 года

соглашение между Правительством Республики Казахстан и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в области туризма в двух экземплярах, каждый на казахском и русском языках[2]. В нем выражено желание укреплять и развивать сотрудничество в области туризма на основе равноправия, взаимной выгоды и в соответствии с настоящим Соглашением, законодательством государств каждой из Сторон и международными договорами, участниками которых являются Республика Казахстан и Российская Федерация. Данное соглашение затрагивает:

- упрощение таможенных, пограничных и иных формальностей, которые связаны с туристскими поездками граждан двух государств;

- расширение организованного группового и индивидуального туризма;

- поощрение и обмен между своими государственными органами управления туризмом, статистической и иной информации в области туризма;

- поддержку государственных органов управления туризмом в вопросах оказания помощи друг другу в подготовке профессиональных кадров для сферы туризма, обмена научными работниками, специалистами и работниками СМИ, специализирующимися на вопросах туризма и путешествий;

- координацию сотрудничества государственных органов управления туризмом в рамках Всемирной туристской организации и других международных туристских организаций;

- получение гражданами своих стран, выезжающих в туристические поездки на территорию государства другой Стороны, полной информации о внутреннем законодательстве этого государства, касающейся пребывания иностранных туристов;

- открытие официальных представительств по делам туризма на территориях обоих государств.

За долгие годы тесного сотрудничества в области развития туризма между Россией и Казахстаном было подписано большое количество договоров и соглашений. Если раньше взаимодействие в области туризма на государственном и ведомственном уровнях сводилось к проведению совместных конференций, выставок, деловых встреч, круглых столов и фестивалей, то после создания единого экономического пространства развитие отношений приобрело новые формы.

В рамках 13-го Форума межрегионального сотрудничества России и Казахстана с участием глав государств, который проходил 3-4 октября 2016 года в г. Астане, состоялась организованная Ростуризмом панельная сессия «Новые возможности развития туризма между Россией и Казахстаном», в которой приняли участие

руководители органов власти в сфере туризма регионов России и Казахстана, представители объединений туристической индустрии[3].

На сессии обсудили направления российско-казахстанского сотрудничества в сфере туризма и реализацию туристского потенциала регионов двух стран. Представители от России выступили с докладами о перспективах создания туристических маршрутов между Казахстаном и различными субъектами Российской Федерации. Активно обсуждались возможности организации туристических поездок по историческим маршрутам Великого Шёлкового пути.

По итогам заседания был подписан ряд документов о взаимопонимании и сотрудничестве между субъектами Российской Федерации и регионами Казахстана, а также между организациями туристической сферы двух стран. В частности, заключены соглашения между правительствами Оренбургской и Западно-Казахстанской, Астраханской и Мангистауской областей.

21 ноября 2016 года, в продолжение диалога о партнерстве в сфере туризма между Россией и Казахстаном, начатого в октябре 2016 года в Астане на встрече глав государств и Форуме межрегионального сотрудничества состоялся круглый стол «Россия – Казахстан: продвижение туристического потенциала» в Торгово-промышленной палате Российской Федерации.

Стороны обсудили проблемы отрасли, касающиеся обоюдного туристического обмена между государствами, проанализировали туристский потенциал Российской Федерации. Туристические компании Москвы, Санкт-Петербурга, Ярославля, Алматы, Астаны, Караганды, Семипалатинска, Актау поделились информацией о туристических пакетных продуктах. А так же было подписано соглашение о сотрудничестве между Ассоциацией московских туроператоров по внутреннему и въездному туризму «Мостурпул» и Столичной ассоциацией туризма Республики Казахстан. Таким образом сотрудничество между двумя государствами набирает обороты и дает хорошие шансы всем участникам рынка.

Донести до россиян и казахстанцев больше информации друг о друге, стимулировать взаимные туристические поездки в новые места, дать возможность знакомиться с современной ситуацией в обеих странах – это главная задача двух государств, которая за последние годы активно выполняется и приносит результаты.

В августе 2014 года вышел приказ Федеральной службы государственной статистики «Об утверждении Официальной статистической методологии оценки числа въездных и выездных туристических поездок», благодаря которому появилась возможность отследить изменение количества числа поездок[4].

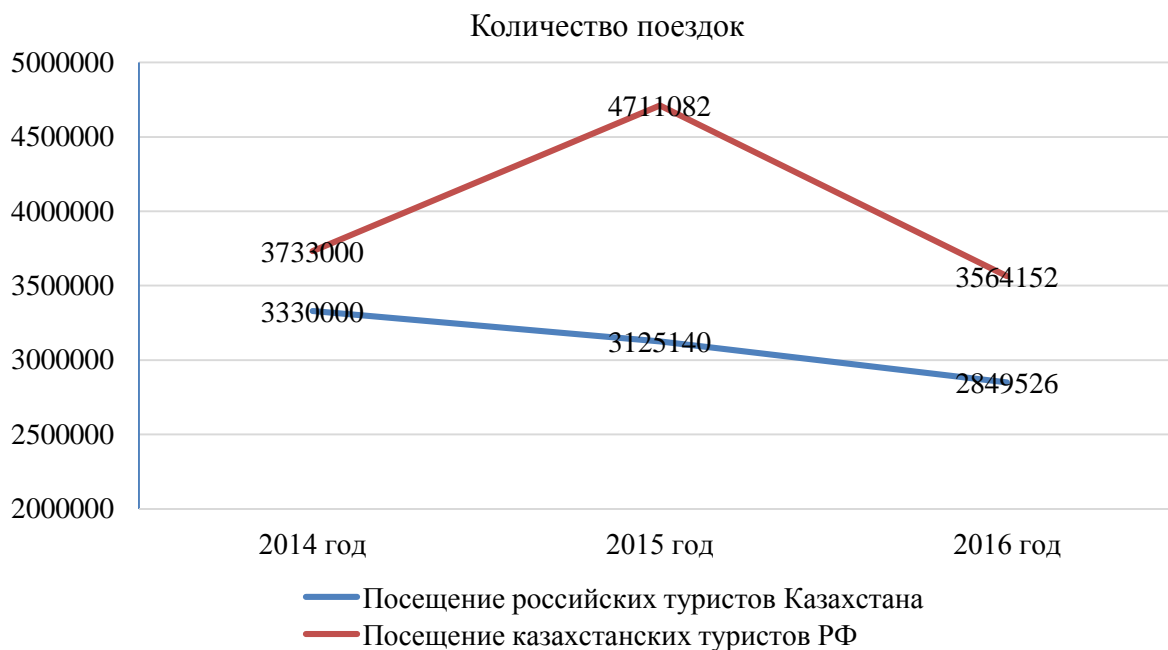


Рис. 1. Статистика числа въездных и выездных туристских поездок между Россией и Казахстаном в период с 2014-2016 годы

Изучая диаграмму, мы понимаем, что, количество российских туристов, посетивших Казахстан с каждым годом снижается, аналогичная ситуация сложилась в 2016 году и в посещении России казахстанцами. Два года

подряд Казахстан был третьей страной по количеству посещения гражданами Российской Федерации, в 2014 году уступив только Абхазии и Турции, а в 2015 Финляндии и Турции.

Количество поездок граждан РФ с целью туризма на территорию стран ближнего зарубежья

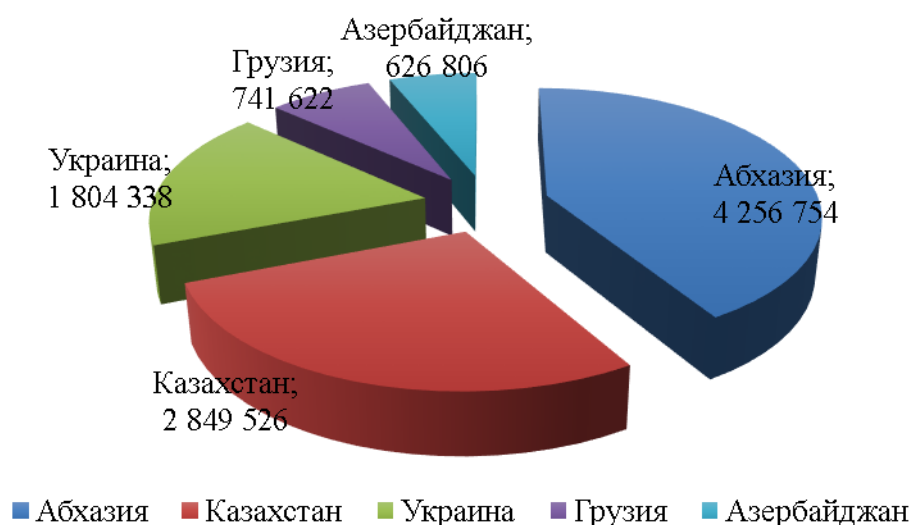


Рис. 2. Количество поездок граждан РФ с целью туризма на территорию стран ближнего зарубежья

В 2016 году Казахстан занял второе место по посещаемости с целью туризма граждан РФ среди стран ближнего зарубежья.

Необходимо отметить, что отношение казахстанцев к России очень положительное – ни одна другая страна не вызывает столько симпатий и на протяжении многих лет остается одним из популярных направлений.

Казахстанцы едут в Москву и Санкт-Петербург увидеть исторические здания, посетить театры и музеи. В последние годы большой интерес вызвали такие направления как Крым и Сочи, так как они обладают хорошими туристскими условиями и относительной ценой, и северные регионы Казахстана активно пользуются ими. Направление Крым хоть и вызывает интерес, но пока еще не получило массового потока туристов по ряду причин, одна из которых это сложный перелет и отсутствие прямых рейсов. Россия имеет много туристских рекреационных зон, развитых туристских маршрутов и просто живописных городов, которые становятся интересны казахстанцам.

Казахстан привлекателен для российских туристов невысокими ценами на отдых, в среднем 3 тысячи рублей в сутки, развитой туристской инфраструктурой, безвизовым въездом и тем, что многие местные жители говорят на русском языке.

Российские граждане едут в горы Тянь-Шаня и Алтая, на берега Алаколя и Балхаша, посещают Астану, Алматы и Туркестан. Популярными маршрутами в Алматинской области считаются: Чарынский каньон, Кольсайские озера, Тургенские водопады, горнолыжный курорт Чимбулак и международный каток «Медео». Туристический маршрут «Великий шелковый путь», привлекает возможностью познакомиться с местной культурой, памятниками Древней Азии. Курорт Боровое – в основном, пользуется популярностью у жителей Новосибирска, Кемерово, Омска и других близлежащих городов.

Восточный Казахстан рассматривается как центр развития экологического туризма, Алматы – горного и делового, Южный Казахстан – культурного, а западный, как место культурного и пляжного отдыха. Республика входит в десятку самых крупных государств мира, располагает такими объектами Всемирного наследия ЮНЕСКО, как часть Великого Шёлкового пути в Чанъань-Тянь-Шанском коридоре, мавзолей Ходжи Ахмеда Ясави XIV века, петроглифы Тамгалы. Города Астана и Алматы обладают инфраструктурой современного мегаполиса, привлекают своими достопримечательностями и возможностью активного отдыха.

Большой приток туристов в 2017 году в Казахстан ожидается за счет проведения в Астане Всемирной выставки EXPO. Тема выставки «Энергия будущего». В выставке примут участие более 100 стран и международных организаций.

Казахстан и Россия, являясь стратегическими партнерами, постоянно стремятся к формированию, на основе сложившихся культурно-исторических и экономических связей, общего туристского пространства в интересах увеличения числа турпоездов и роста туристической индустрии. В целом, сотрудничество России и Казахстана в сфере туризма является значимой составляющей в межгосударственных отношениях двух стран.

Литература

1. Соглашение между Правительством Республики Казахстан и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в области культуры, науки и образования [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://kazembassy.ru/ru/dvustoronnesotrudnichestvo/dogovor_nayabaza/78-mezhdunarodnyedogovora
2. Соглашение между Правительством Республики Казахстан и Правительством Российской Федерации о сотрудничестве в области туризма [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://base.spininform.ru/show_doc.fwx?rgn=8447
3. Форум межрегионального сотрудничества России и Казахстана [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://kremlin.ru/events/president/news/53018>
4. Статистические показатели взаимных поездок граждан Российской Федерации и граждан иностранных государств [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/>

References

1. Soglashenie mezhdou Pravitel'stvom Respubliki Kazahstan i Pravitel'stvom Rossijskoj Federacii o sotrudnichestve v oblasti kul'tury, nauki i obrazovaniya [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://kazembassy.ru/ru/dvustoronnesotrudnichestvo/dogovor_nayabaza/78-mezhdunarodnyedogovora
2. Soglashenie mezhdou Pravitel'stvom Respubliki Kazahstan i Pravitel'stvom Rossijskoj Federacii o sotrudnichestve v oblasti turizma [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: http://base.spininform.ru/show_doc.fwx?rgn=8447
3. Forum mezhregional'nogo sotrudnichestva Rossii i Kazahstana [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://kremlin.ru/events/president/news/53018>
4. Statisticheskie pokazateli vzaimnyh poezdok grazhdan Rossijskoj Federacii i grazhdan inostrannyh gosudarstv [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.russiatourism.ru/contents/statistika/>

Ikkes E.

THE DEVELOPMENT OF TOURISM TIES BETWEEN RUSSIA AND THE REPUBLIC OF KAZAKHSTAN AT THE MODERN STAGE

In this article are considered the directions of cooperation in the field of tourism between Russia and Kazakhstan, it is underlined importance of their development and maintenance.

Keywords: international cooperation, tourism, travel statistics, popular directions.

Иккес Е.Э. – магистр Белгородского государственного национального исследовательского университета.
E-mail: 1160116@bsu.edu.ru

Научный руководитель: Климова Т.Б. - кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

Ikkes E. - master of Belgorod state national research University

E-mail: 1160116@bsu.edu.ru

Supervisor: Klimova Tatyana B. - candidate of economic Sciences, associate Professor of the Department of tourism and socio-cultural services, Belgorod state national research University

Рецензент: Богомазова И.В. к.э.н., доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

Статья подана: 20.04.2017

УДК 332.14

АКТУАЛЬНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ПРИГРАНИЧНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА

Козьякова С.С., Шабанова Ю.Н.

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CONTEXT OF CROSS-BORDER COOPERATION

Kozyakova S., Shabanova J.

В статье исследованы нормативно-правовые акты регулирующие сотрудничество территорий ЛНР, Ростовской и Воронежской областей, на которых осуществляется активное взаимодействие в сфере туризма. Для повышения уровня сотрудничества приграничных регионов ЛНР с регионами РФ в статье предложены направления приграничного сотрудничества в рамках организации совместной туристской деятельности.

Ключевые слова: приграничный регион, Еврорегион, трансграничные туристские регионы, приграничное сотрудничество.

Приграничные регионы соседних стран являются конкурентами в привлечении туристов. Однако, между ними возможна эффективная кооперация с целью наиболее полного использования их туристско-рекреационного потенциала и получения конкурентных преимуществ, по сравнению с развитием туристической отрасли соседних регионов в отдельности. В настоящее время выявление предпосылок взаимовыгодного международного сотрудничества и определение направлений его развития является объективной необходимостью.

Пространственными формами организации туризма на территории соседствующих стран являются трансграничные туристские регионы, включающие территории двух или более стран.

Трансграничные туристские регионы (ТТР) представляют собой территории соседних стран, на которых осуществляется (или может осуществляться) активное взаимодействие в сфере туризма. Это взаимодействие предполагает совместную организацию и реализацию производства туристического продукта, его продвижение и последующее освоение рынков (региональных, межрегиональных, национальных, международных), в рамках реализации конкретных проектов.

Формирование и развитие ТТР предполагает: компактность приграничной территории; наличие общих туристических ресурсов и предпосылок их использования; взаимодействие между субъектами управления, их заинтересованность в расширении сотрудничества; развитие кооперации между хозяйствующими субъектами. Результатом деятельности ТТР станет повышение общей конкурентоспособности участвующих в нем сторон, привлечение дополнительного числа туристов и увеличение доходов от туристской деятельности за счёт объединения всех имеющихся у сторон ресурсов и интересов.

В настоящее время ЛНР является внешнеэкономическим партнером России. Сотрудничество между данными странами прежде всего определено географическим положением (протяженность границы 660 км) и ранее сложившимися торгово-экономическими связями с Ростовской областью.

Луганский регион имеет большое количество потенциально привлекательных туристических ресурсов, что, безусловно, дает возможность сформировать положительный имидж региона и создать собственный образ посещаемой территории. Природное и культурно-историческое разнообразие Республики позволяет развивать практически все виды туризма, включая наиболее распространенные по потребительским предпочтениям: рекреационный туризм (туризм с целью отдыха и развлечений), культурно-познавательный (включая религиозный и паломнический), лечебно-оздоровительный, деловой, спортивный, экстремальный, экологический, сельский и т.д.

Приграничное сотрудничество может осуществляться в различных формах, таких как барьерная, градиентная, контактная и интегративная (табл.1).

Т а б л и ц а 1

Модели, формы и направления приграничного сотрудничества [5]

Модель	Возможные формы	Возможные направления реализации
Барьерная	Встречи и консультации; заключение соглашений	Безопасность
Градиентная	Осуществление совместных проектов; создание постоянно действующих рабочих групп	Миграция; приграничная торговля
Контактная	Создание постоянно действующего совместного органа; реализация совместных программ	Культура; социальные контакты; экономика: переток факторов производства, совместные инвестиционные проекты
Интегративная	Создание региона приграничной интеграции	Свободное перемещение людей, товаров, факторов производства, институтов

Наиболее развитой формой приграничного сотрудничества выступают еврорегионы, которые следует рассмотреть более детально.

Еврорегионы представляют собой форму международной интеграции, основанную на тесном сотрудничестве двух или нескольких территориальных образований, а также предприятий, расположенных в приграничных районах соседних государств Европы.

Еврорегион - это форма трансграничного сотрудничества между территориальными общинами или местными органами власти приграничных регионов двух или более государств, имеющих общую границу, которая направлена на координацию их взаимных усилий и осуществления согласованных мероприятий в различных сферах жизнедеятельности, в соответствии с национальным законодательством и нормами международного права для решения общих проблем в интересах людей, населяющих его территорию по обе стороны государственной границы [1, с.225].

В декабре 2010 года был создан Еврорегион «Донбасс» в состав которого входили территории Луганской и Ростовской областей. В ноябре 2011 года присоединилась Донецкая область, а в мае 2014 года в состав участников Еврорегиона «Донбасс» вошла Воронежская область. Данные сопредельные территории отличаются большой концентрацией промышленных и добывающих производств, что делает их экономически близкими друг другу.

«Донбасс» – единственный еврорегион с участием России, в рамках которого была разработана Стратегия социально-экономического развития до 2020 г., которая включает план мероприятий по развитию сферы туризма.

Развитие сферы туризма в регионе во многом определяется государственной поддержкой. В настоящее время доля туризма в экономике региона занимает достаточно скромные позиции. Именно поэтому необходима эффективная система управления туристической сферой в регионе.

Управление развитием туризма в ЛНР осуществляется на двух уровнях – региональном и местном. На региональном уровне основным органом, осуществляющим управление

туристической сферой, является Министерство культуры, спорта и молодежи Луганской Народной Республики, в частности отдел по вопросам туризма и охраны культурного наследия.

На местном уровне городские и районные администрации самостоятельно осуществляют мероприятия по управлению туризмом.

Эффективность деятельности приграничного сотрудничества регионов обеспечивается благодаря сближению уровней развития их экономик (конвергенции), а так же унификации законодательства в сфере полномочий местных органов исполнительной власти. В связи с этим был проведен анализ действующего законодательства ЛНР и некоторых областей РФ (табл. 2). Результаты данного анализа позволяют сделать вывод, что на данный момент правовая основа находится на достаточно высоком уровне для успешного развития приграничного сотрудничества в разрезе экспортно-импортных операций, при этом доля туризма минимальна.

Для того, чтобы предоставить межрегиональным отношениям дополнительный импульс, следует объединить усилия местных органов исполнительной власти, органов местного самоуправления и общегосударственных институтов в этой сфере, очень важной для обеспечения жизнедеятельности страны. А значит необходимо еще много сделать в данном направлении, чтобы межрегиональные отношения приносили ожидаемые результаты, способствовали поступательному социально-экономическому развитию как отдельных административно-территориальных образований, так и Республики в целом.

Правительство ЛНР уделяет большое внимание безопасности и экономическому развитию Республики, что абсолютно неоспоримо в современных реалиях. Но сфера туризма может стать одним из источников пополнения государственного бюджета.

Следует отметить, что ЛНР располагает значительными туристскими ресурсами, но полностью задействовать и эффективно их использовать не позволяет ряд проблем.

Таблица 2

Основные нормативно-правовые акты регулирующие приграничное сотрудничество и туризм в Ростовской, Воронежской и Луганской областях [2-4]

		Исполнительные органы управления	
Министерство экономического развития ЛНР	Департамент экономического развития Воронежской области	Министерство экономического развития Ростовской области	
Отдел координации, развития и регулирования ВЭД и государственных целевых программ	Внешнеэкономическая и международная деятельность	Управление международного сотрудничества и ВЭД	Отдел международного сотрудничества
<p>1. Постановление от 15.11.2016 №649 Об утверждении порядка осуществления таможенного оформления товаров, ввозимых на таможенную территорию Луганской Народной Республики физическими лицами – предпринимателями.</p> <p>2. Постановление от 02.11.2016 №625 О внесении изменений в постановление Совета Министров Луганской Народной Республики от 13 января 2015 года № 02-04/07/15</p> <p>3. Постановление от 01.11.2016 №619 Об утверждении целей (ориентиров) и приоритетов социально-экономического развития Луганской Народной Республики в 2017 году, основных прогнозных показателей социально-экономического развития Луганской Народной Республики на 2017 год, перечня государственных целевых программ для реализации в 2017</p> <p>4. Постановление от 28.10.2016 №605 О некоторых вопросах взаимия таможенных сборов</p> <p>5. Постановление от 25.10.2016 №591 О внесении изменений во временные правила обращения продукции, подлежащей обязательной сертификации в Луганской Народной Республике</p>	<p>1 Устав совета руководителей приграничных областей республики Беларусь, РФ и Украины</p> <p>2 Соглашение между правительством РФ и Кабинетом Министров Украины о сотрудничестве приграничных областей РФ и Украины</p> <p>3 Соглашение между правительством РФ и Кабинетом Министров Украины о порядке пересечения российско-украинской государственной границы жителями приграничных районов РФ и Украины</p> <p>4 Протокол 11-го заседания подкомиссии по межрегиональному и приграничному сотрудничеству комитета по вопросам экономического сотрудничества российско-украинской межгосударственной комиссии Украины на 2011-2016 годы</p> <p>5 Программа межрегионального и приграничного сотрудничества РФ и Украины на 2011-2016 годы</p> <p>6 Положение делового совета торгово-промышленных палат белорусско-российско-украинского приграничья</p> <p>7 План мероприятий по реализации соглашения о межрегиональном сотрудничестве между Луганской областью Украины и Воронежской областью РФ на 2011 – 2012 гг.</p> <p>8 Соглашение о межрегиональном сотрудничестве между Луганской областью Украины и Воронежской областью РФ</p> <p>9 Соглашение об основных принципах приграничного сотрудничества</p> <p>10 Программа межрегионального и приграничного сотрудничества Российской Федерации и Украины на 2001-2010 годы</p> <p>11 Распоряжение Правительства РФ № 196-р об утверждении концепции приграничного сотрудничества</p> <p>12 Распоряжение Правительства РФ от 09.02.2001 г. № 196-р «Об утверждении концепции приграничного сотрудничества в Российской Федерации».</p> <p>13 Европейская рамочная конвенция о приграничном сотрудничестве территориальных сообществ и властей</p> <p>14 Европейская рамочная Конвенция о приграничном сотрудничестве территориальных сообществ и властей, Мадрид, 21 мая 1980 года.</p> <p>15 Проект Федерального закона № 75537-4 «О приграничном сотрудничестве в Российской Федерации».</p>	<p>1 Соглашение о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве между Донецкой областью Украины и Ростовской областью Российской Федерации Подписано 16.06.1998 г. бессрочное</p> <p>2 Соглашение о сотрудничестве между Ростовской областью Российской Федерации и Луганской областью Украины Подписано 25.03.1999 г. на 5 лет с автоматической пролонгацией</p> <p>3 Соглашение между администрациями Ростовской области Российской Федерации и Запорожской области Украины о социально-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве Подписано 18.07.2000 г. бессрочное</p> <p>4 Декларация о сотрудничестве между приграничными областями Российской Федерации и Украины (участники от Российской Федерации: Ростовская область, Белгородская область, Брянская область, Воронежская область, Курская область, Участники от Украины: Харьковская область, Донецкая область, Запорожская область, Луганская область, Сумская область, Черниговская область, Автономная Республика Крым) Подписано 21.04.2010 г.</p> <p>5 Протокол между Администрацией Ростовской области Российской Федерации и Харьковской областной государственной администрацией Украины о торгово-экономическом, научно-техническом и культурном сотрудничестве 01.06.2010 г. № 347 На 5 лет с автоматической пролонгацией</p> <p>6 Соглашение о создании Еврорегиона «Донбасс» (заключенное между администрацией Ростовской области Российской Федерации и Луганской областной государственной администрацией Украины) 29.12.2010 г. № 385 На 5 лет с автоматической пролонгацией</p> <p>7 Соглашение между Администрацией Ростовской области (Российской Федерации) и Киевской областной государственной администрацией (Украины) о торгово-экономическом, научно-техническом, социальном и культурном сотрудничестве 26.07.2011 г. № 421 На 3 года с автоматической пролонгацией</p>	

Продолжение табл. 2

Основные нормативно-правовые акты регулирующие приграничное сотрудничество и туризм в Ростовской, Воронежской и Луганской областях [2-4]

Исполнительные органы управления		
Министерство экономического развития Ростовской области	Министерство экономического развития Ростовской области	
Министерство экономического развития ЛНР	Департамент экономического развития Воронежской области	
Отдел координации, развития и регулирования ВЭД и государственных целевых программ	Внешнеэкономическая и международная деятельность	
6. Постановление от 25.10.2016 №585 Об утверждении Перечня офшорных зон	Приграничное сотрудничество	
7. Постановление от 18.10.2016 №553 Об утверждении Порядка планирования закупок товаров, работ и услуг на территории Луганской Народной Республики на IV квартал 2016 года.		
8. Постановление от 25.10.2016 №582 Об утверждении перечня товаров, подлежащих ветеринарному контролю (надзору)		
Министерство культуры, спорта и молодежи ЛНР		Департамент культуры Воронежской области
Управление культуры и туризма		Отдел туризма
Отдел по вопросам туризма и охраны культурного наследия		План мероприятий по улучшению качества оказания услуг ГБУК ВО от 17 ноября 2016
Постановление № 02-04/70/15 от 21.03.2015 «О специальном разрешении на некоторые виды деятельности»		Методические рекомендации по реализации органами местного самоуправления полномочий в сфере культуры и туризма от 11 июля 2016
Постановление № 577 от 25.10.2016 «Об утверждении временных правил оказания услуг по реализации туристского продукта»		Приказ департамента культуры Воронежской области о методических рекомендациях от 11.07.2016 № 431-ОД
Постановление № 694 от 14.12.2016 «Об утверждении временного положения об аттестации экскурсоводов (тидов), тидов-переводчиков и инструкторов-проводников»	Приказ департамента культуры Воронежской области о нормативах обеспечения от 10.06.2016 № 360	
	Приказ департамента культуры Воронежской области о порядке мониторинга ремонтных работ объектов культуры Воронежской области от 31.03.2016 № 167	
	Приказ департамента культуры Воронежской области о внесении изменений в состав Координационного совета по сельской культуре от 24.03.2016 № 146	
	Министерство экономического развития Ростовской области Управление развития туризма и межрегиональных связей Отдел туризма	
	Концепция кластерного развития Ростовской области на 2015 – 2020 годы утверждена постановлением Правительства Ростовской области от 12.03.2015 № 164	

В качестве основных проблем, прежде всего, следует выделить следующие:

неблагоприятный имидж из-за военно-политического конфликта 2014 года, который длится по сегодняшний день;

невыгодные экономические условия для привлечения инвестиций в туристскую инфраструктуру, отсутствие готовых инвестиционных площадок, наличие административных барьеров;

низкий уровень развития туристической инфраструктуры, малое количество средств размещения туристского класса с современным уровнем комфорта;

отсутствие рекламы туристских возможностей Республики;

неразвитость транспортной инфраструктуры (низкое качество дорог и уровня придорожного обслуживания, отсутствие аэропортов и т.д.);

на туристском рынке (в первую очередь на локальном, не говоря уже о международном) не представлены туры по Республике из-за отсутствия туристических операторов.

Основными направлениями для решения выявленных проблем должны стать:

создание нормативно-правовой базы и основ системы регулирования деятельности в сфере туризма;

унификация базы регулирования приграничного сотрудничества в рамках развития туризма;

разработка и реализация Программы, направленной на формирование в Луганской Народной Республике целостного эффективного туристско-рекреационного комплекса;

создание системы продвижения республиканского туристского продукта как на внутреннем так и на внешнем рынках;

создание на территории Республики туристского инфраструктурного комплекса (справочник туристических маршрутов Республики);

развитие кадрового потенциала в сфере туризма;

развитие сельского туризма.

Таким образом, в настоящее время, сотрудничество приграничных регионов ЛНР с регионами РФ в организации совместной туристской деятельности имеет низкий уровень развития, а формы этого сотрудничества не охватывают весь спектр возможностей Республики. Как было сказано выше, для данного развития имеется нормативно-правовая основа. Первым шагом в направлении приграничного сотрудничества должна стать разработка Программы. При этом необходимо акцентировать внимание на развитие таких отраслей и видов деятельности, которые будут востребованы на внешних рынках и одновременно создадут мультипликативный эффект в других сопряженных

отраслях экономики, а именно приграничное сотрудничество в рамках развития туризма.

Активизация приграничного сотрудничества должна стать важным инструментом региональной политики Республики, что будет способствовать экономическому развитию ЛНР.

Литература

1. Шабанова Ю.Н. Трансграничное объединение еврорегион «Донбасс»: организационный аспект // Ю.Н. Шабанова / Вісник СЛУ ім.В.Даля – Луганськ: вид-во СЛУ ім.В.Даля. – 2012. - №10(181). – с.224-231.

2. Официальный сайт Министерства культуры, спорта и молодежи ЛНР <http://mklnr.su>

3. Официальный сайт Департамента экономического развития Воронежской области // <http://www.govvrn.ru/wps/portal/gov/org>

4. Официальный сайт Министерства экономического развития Ростовской области // <http://mineconomikiro.ru/>

5. Приграничное сотрудничество. Аналитическая записка / Международный форум «Развитие сотрудничества неправительственных организаций (НПО) на Европейском Севере: состояние и перспективы (15-16 сентября 2005 г.). - Официальный сайт Законодательного Собрания Республики Карелия. www.karelia-zs.ru

References

1. Shabanova J.N. Transgranichnoe ob"edinenie evroregion «Donbass»: organizacionnyj aspekt // YU.N. SHabanova / Visnik SNU im.V.Dalya – Lugansk': vid-vo SNU im.V.Dalya. – 2012. - №10(181). – s.224-231.

2. Oficial'nyj sajt Ministerstva kul'tury, sporta i molodezhi LNR <http://mklnr.su>

3. Oficial'nyj sajt Departamenta ehkonomicheskogo razvitiya Voronezhskoj oblasti // <http://www.govvrn.ru/wps/portal/gov/org>

4. Oficial'nyj sajt Ministerstva ehkonomicheskogo razvitiya Rostovskoj oblasti // <http://mineconomikiro.ru/>

5. Prigranichnoe sotrudnichestvo. Analiticheskaya zapiska / Mezhdunarodnyj forum «Razvitie sotrudnichestva nepravitel'stvennyh organizacij (NPO) na Evropejskom Severe: sostoyanie i perspektivy (15-16 sentyabrya 2005 g.). - Oficial'nyj sajt Zakonodatel'nogo Sobraniya Respubliki Kareliya. www.karelia-zs.ru

Kozyakova S., Shabanova J.

CURRENT TRENDS IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE CONTEXT OF CROSS-BORDER COOPERATION

In the article the normative-legal acts regulating the cooperation of the territories of the LPR, Rostov and Voronezh regions, which is the active interaction in the sphere of tourism. To increase the level of cooperation of frontier regions of the LPR with the regions of the Russian Federation in the article the directions of cross-border cooperation in the framework of organization of joint tourism activities.

Keywords: border region, Euroregion, cross-border tourism regions, cross-border cooperation

Козьякова С.С. – к.э.н., доцент кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Шабанова Ю.Н. – к.э.н., доцент кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля
E-mail: yusha9791@mail.ru

Kozyakova S. - candidate of economic Sciences, D.assoc., Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dahl.

Shabanova J. - candidate of economic Sciences, D.assoc., Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dahl.
E-mail: yusha9791@mail.ru

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., проф., директор института Экономики и финансов, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Статья подана 19.04.17

УДК 332.14

ТРАНСГРАНИЧНОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО В СФЕРЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

Комарова М.Е., Пашко Е.А.

CROSS-BORDER COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM DEVELOPMENT

Komarova M., Pashko E.

Данная статья посвящена одной из актуальных тем - трансграничному сотрудничеству в туризме. В статье рассмотрены основные направления и наиболее известные примеры трансграничного сотрудничества. Особое внимание уделяется международному сотрудничеству в сфере туризма.

Ключевые слова: трансграничное сотрудничество, туризм, международный туризм.

Международный туризм является ведущей отраслью мировой экономики, которая специализируется на предоставлении различных туристских услуг и товаров туристского спроса с целью удовлетворения широкого круга культурных и духовных потребностей иностранного туриста. Он оказывает огромное воздействие на развитие отдельных стран. Предоставляя туристам товары и услуги, страна всеобъемлюще участвует в системе международного разделения труда, целесообразно используя свои природные ресурсы. Таким образом, международный туризм - эффективный источник валютных поступлений, в том числе и за счет «внутреннего экспорта», т.е. продажи туристам местных товаров [2].

Одной из форм международного сотрудничества является трансграничный туризм. В настоящее время трансграничный туризм является весьма актуальным. Об этом свидетельствует зарубежный опыт функционирования еврорегионов, где значительная доля трансграничных программ и проектов посвящена туризму, на реализацию которых выделяются значительные средства.

В ходе исследования были изучены особенности, основные направления и перспективы развития трансграничного сотрудничества в сфере международного туризма.

Проведенный анализ позволяет утверждать, что трансграничное сотрудничество служит эффективным средством решения таких задач, как:

1) создание условий для свободного перемещения людей, товаров, капиталов и услуг через границу;

2) адаптация и испытания европейского законодательства и механизмов финансовой поддержки;

3) повышение жизненного уровня населения приграничных территорий благодаря мобилизации и эффективному применению местного интегрального ресурсного потенциала;

4) объединение усилий для решения общих проблем приграничных регионов государств-участников, особенно для решения вопросов национальной безопасности, соблюдения экологического равновесия.

Важно отметить, что высокопроизводительное трансграничное сотрудничество должно включать все аспекты повседневной жизни приграничных регионов: бизнес, труд, отдых, культуру, условия жизни, планирование и т. д. Также оно должно реализовываться каждый день лицами всех зон и групп общественности по обе стороны границы. Такое понимание трансграничного сотрудничества означает не только необходимость ведения сотрудничества на всех уровнях управления, но и установления между ними скоординированных связей [1].

Трансграничное сотрудничество реализуется, как на региональном, так и на локальном уровне. Гораздо быстрее и результативнее процессы сотрудничества выполняются на локальном уровне. Так, региональный уровень рассматривает налаживание новых и возобновление действующих связей между региональными партнерами, разработку общей стратегии развития, создание свободных экономических зон. Однако, для локального уровня свойственен личный контакт с соседями и сотрудничество в области культуры.

Основополагающим юридическим документом, регулирующим международное сотрудничество на региональном и локальном уровнях, является

Европейская рамочная Конвенция по трансграничному сотрудничеству, принятая 21 мая 1980 года в Мадриде.

Согласно данной Конвенции к основным направлениям трансграничного сотрудничества можно отнести:

- развитие инфраструктуры и коммуникаций;
- экономическое развитие;
- обмен ноу-хау и технологиями;
- образовательные программы;
- экология;
- взаимодействие в сфере культуры;
- здравоохранение;
- развитие деловых контактов;
- согласованное пространственное планирование;
- получение и дальнейшее использование финансовой помощи;
- популяризация сотрудничества между органами самоуправления;
- сотрудничество в сфере ликвидации последствий стихийных бедствий.

Как показывает опыт европейских стран, чаще всего, трансграничное сотрудничество осуществляется в таких формах, как совместные проекты и программы; соглашения о приграничном сотрудничестве; еврорегионы; рабочие содружества; непосредственные взаимосвязи участников трансграничного сотрудничества в рамках полномочий, предоставленных им национальным законодательством по взаимному согласованию сторон.

Одним из наиболее распространенных примеров международного сотрудничества в пределах трансграничных территорий являются еврорегионы. Еврорегион представляет собой территориальную систему трансграничного сотрудничества, которая складывается в пограничье нескольких государств, включающая, как правило, смежные административно-территориальные единицы разного уровня, находящаяся по обе стороны границы и основанная на организованном взаимодействии территориальных приграничных сообществ [4, с.84]. В Западной и Центральной Европе существует около 100 еврорегионов.

Такая форма международной интеграции часто объединяет территории, связанные:

- по географическому признаку: регион «Баварский лес – Богемский лес/Шумава» расположен в едином лесном массиве (Австрия, Германия, Чехия), «Татры» - единой горной системе (Словакия, Польша);
- по экономическому признаку: различные торговые пути и т.д.;
- по историческому признаку: «Силезия» - на территории средневекового независимого государства (Польша, Чехия); «Западная Паннония» - часть древнеримской провинции (Венгрия, Австрия).

Еврорегионы содействуют развитию диалога культур, их взаимообогащению, сохранению культурного многообразия (например, реализация программ культурных обменов, проведение фестивалей национальных культур, фольклорных праздников и выставок).

Участие в трансграничном сотрудничестве является добровольным. От такого сотрудничества предполагаются экономические выгоды, активность инвестиционных поступлений, введение льготного налогообложения. В свою очередь, особое значение имеет сотрудничество в области науки и культуры, взаимное познание и понимание между представителями определенных территорий, а также создания благоприятных условий жизнедеятельности.

Изучая перспективы развития еврорегионов и других проектов трансграничного сотрудничества, можно сказать, что они развиваются в достаточной мере благоприятно. Прежде всего, это связано с общим происходящим курсом европейского строительства, различными процессами приграничной интеграции, способствующими появлению Европы с регионами.

Поскольку в сегодняшнее время европейские регионы переживают процесс быстрых изменений, приграничные территории становятся более динамичными и конкурентоспособными при условии разработки своих институтов обучения с учетом спроса на рынке рабочей силы. При данных обстоятельствах стоит оценить возможности развития и адаптации малого и среднего бизнеса в приграничных районах, стимулировать возрождение высококачественной индустрии туризма и развивать совместное контрактное сотрудничество, технологические обмены. Помимо этого, отдельно необходимо уделить внимание сети клубов и ассоциаций, которые основаны на добровольных началах в каждой приграничной территории, а также прессе, отражающей их деятельность.

Каждому приграничному региону необходимо определить общие приоритеты и объединить усилия по социально-культурному развитию таким образом, чтобы предотвратить дублирующую деятельность. По мнению Александрова А.Ю., комплексные программы применительно к регионам способствовали бы скоординированному, а значит, более эффективному их развитию [3, с.60].

Подводя итог вышесказанному, можно сделать вывод о том, что трансграничное сотрудничество представляет собой часть общего взаимодействия приграничных территорий во всех сферах социума. Цель трансграничного сотрудничества заключается в образовании современного конкурентоспособного туристского комплекса, удовлетворяющего потребности как российских, так и иностранных граждан в туристских услугах, а также создающих условия для устойчивого развития туризма.

Литература

1. Трансграничное сотрудничество в региональной экономике. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://studbooks.net/76331/rps/transgranichnoe_sotrudnichestvo_regionalnoy_ekonomike
2. Международный туризм. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://textb.net/80/23.html>
3. Александрова А. Ю. Роль и влияние границы, пограничности и трансграничности в туризме // Устойчивое развитие туризма: стратегические инициативы и партнерство : материалы III Межд. науч.-практ. конф. -Улан-Удэ : Изд-во БНЦ СО РАН, 2009. — С. 56–66.
4. Артёменко С.В. Европейская региональная геополитика как элемент развития трансграничных территорий / С.В.Артёменко, И.Л.Фёдорова // Проблемы безопасности российского общества. – 2014. - №1.- С.82-94.

References

1. Transgranichnoe sotrudnichestvo v regional'noj ehkonomie. [EHlektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: http://studbooks.net/76331/rps/transgranichnoe_sotrudnichestvo_regionalnoy_ekonomike
2. Mezhdunarodnyj turizm. [EHlektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: <http://textb.net/80/23.html>
3. Aleksandrova A.U. Rol' i vliyanie granicy, pogranichnosti i transgranichnosti v turizme // Ustojchivoe razvitie turizma: strategicheskie iniciativy i partnerstvo : materialy III Mezhd. nauch.-prakt. konf. -Ulan-Udeh : Izd-vo BNC SO RAN, 2009. — S. 56–66.
4. Artyomenko S.V. Evropejskaya regional'naya geopolitika kak ehlement razvitiya transgranichnyh territorij / S.V.Artyomenko, I.L.Fyodorova // Problemy bezopasnosti rossijskogo obshchestva. – 2014. - №1.- S.82-94.

Komarova M., Pashko E.

CROSS-BORDER COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM DEVELOPMENT

This article is devoted to one of the topical topics - cross-border cooperation in tourism. The article focuses on the main directions and the most well-known examples of cross-border cooperation. Particular attention is paid to international cooperation in the field of tourism.

Key words: Cross-Border Cooperation, tourism, international tourism.

Комарова М.Е. - к.г.н., доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

Пашко Е.А. - студентка Белгородского государственного национального исследовательского университета.

E-mail: cat.pashcko@yandex.ru

Komarova M. - candidate of geographical Sciences, associate Professor the Department of tourism and socio-cultural services, Belgorod state national research University.

Pashko E. - Belgorod state national research University.
E-mail: cat.pashcko@yandex.ru

Рецензент: Слинкова О.К. д.э.н., проф. кафедры туризма и социально-культурного сервиса Белгородского государственного национального исследовательского университета

Статья подана 20.04.2017

УДК 332.144

ОСОБЕННОСТИ ТРАНСРЕГИОНАЛЬНОГО СОТРУДНИЧЕСТВА В ОБЛАСТИ ТУРИЗМА

Свиридова Н.Д.

FEATURES TRANS-REGIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM

Sviridova N.

В статье представлены приоритетные направления развития трансрегионального развития в области туризма, которые улучшат условия развития в сферах культуры, образования, туризма и спорта.

Ключевые слова: регион, туризм, трансрегиональное сотрудничество, природные ресурсы, бенчмаркетинг.

Трансрегионального сотрудничества в области должно быть направлено на устранение препятствий эффективного приграничного сотрудничества и обеспечение благоприятных условий объединения потенциала, разделенного национальными границами, а также на сохранение качественной социальной, культурной и природной среды для жителей, туристов и инвесторов на территории трансрегионального сотрудничества.

Приоритетные направления развития трансрегионального сотрудничества в области туризма:

1. Вклад в решение общих проблем и трудностей (стратегическое направление).

Социально-экономический анализ показал, что основные проблемы пограничной территории заключаются в сохранении природного наследия и совершенствовании транспортного сообщения. Проекты, данного направления, должны носить пилотный характер (т.е. их опыт должен быть важен и может применяться для других участков трансрегиональной территории). Это так называемая мера устойчивого использования окружающей среды.

Высококачественные природные ресурсы, национальные и региональные парки и богатое биоразнообразие являются значимыми ориентирами трансрегиональной территории. Сфера охраны окружающей среды имеет большое социально-экономическое значение с точки зрения стимулирования местной экономики и занятости, в том числе в сфере туризма и отдыха. Однако, состояние окружающей среды на местах, по-

прежнему представляет серьезную проблему, которая не решена до сих пор, и угрожает стабильности экономического развития и общественного благополучия.

Таким образом, необходимо сконцентрироваться на совместном достижении целей, в частности, за счет сокращения выброса неочищенных сточных вод, повышение качества удаления отходов и ограничения загрязнения воздуха с помощью различных мероприятий, в том числе экономии и эффективного использования энергоресурсов, расширение производства биоэнергии и других превентивных действий. Это возможно посредством организации инвестиций, например, в такие сферы, как биоэнергия.

Устойчивое развитие территории требует осуществления действий по повышению осведомленности широкой общественности о значении и важности рационального потребления (например, с помощью экологической маркировки). Такое потребление должно в итоге привести к более экологически благоприятному производству.

Приоритетом должно стать развитие существующих пограничных пунктов пропуска, новых пограничных пунктов пропуска для местных жителей и туристов (велосипедные и пешеходные точки), а также местных дорог, имеющих значение для приграничных регионов.

Не менее важным представляется интеграция различных видов транспорта и транспортных операторов, чтобы сделать пассажирский и грузовой транзит через территорию регионов более быстрым и ориентированным на потребителя. Были бы целесообразны такие решения, как единый билет на несколько видов транспорта, бронирование транспортных услуг через границу, ускорение прохождения процедур таможенного и пограничного контроля пассажирского транспорта, планирование новых приграничных автобусных и железнодорожных путей сообщения. Все инициативы и мероприятия, направленные на

повышение транспортной доступности, должны основываться на экологически благоприятных решениях.

2. Основной потенциал трансграничной территории - это человеческий капитал и туризм.

При этом социально-экономический потенциал территории разобщенный существующими границами, части территории плохо связаны друг с другом в сложившихся условиях развития. Данные факторы свидетельствуют о необходимости координации усилий в социально-экономическом и территориальном планировании, а также развитии и управлении ключевыми ресурсами на трансрегиональные территории:

труд,
предпринимательство и инновационность,
человеческий потенциал,
социальный капитал,
туристские достопримечательности [1, с. 144].

Такой подход улучшит интеграцию территории путем концентрации энергии и ресурсов людей на достижение общих задач с учетом синергетических усилий и преимуществ для всех сотрудничающих сторон (ситуации взаимного выигрыша). Это позволит уменьшить разногласия и проложить путь к укреплению усилий представителей власти по дальнейшему развитию территории при содействии рыночных сил.

Туризм играет важную роль в экономике трансграничной территории и демонстрирует потенциал развития в связи с высоким качеством природного и культурного наследия и традиций (например, кухня, танцы, фестивали и т.д.), он создает существенные возможности, особенно в сельских территориях. Однако, недостаточно развитая туристическая инфраструктура, а также низкая транспортная доступность идентифицируются как одна из основных слабых сторон сектора, значительно сдерживая его рост и ограничивая количество прибывающих и местных туристов.

Кроме того, отсутствие интегрированных туристических продуктов, отсутствие надлежащей маркировки и сертификации делают территорию области менее привлекательными, особенно для иностранных туристов.

Таким образом, важно развивать туристическую инфраструктуру и диверсифицированные и привлекательные туристические продукты. Не менее важно обеспечить более эффективное распространение туристической информации и рекламы совместных туристических продуктов.

3. Система образования играет важную роль в устранении ментальных и культурных барьеров интеграции территории Луганской и Донецкой областей с Ростовской и Воронежской. Он исключает простой обмен студентами или преподавателями на разовой основе или проекты, ограниченные предоставлением стипендий.

Возможно, осуществить программу по поддержке совместной работы над новыми формами обучения или корректировка систем образования или программ обучения в ответ на меняющиеся требования рынка труда.

Программа может также учитывать доступность образовательных центров и способствовать расширению образовательной инфраструктуры (при условии ее экономической целесообразности) и введению новых форм получения образования (например, дистанционное обучение) с целью обеспечения доступа к образованию на любом уровне.

4. В процессе укрепления приграничной интеграции внимание должно уделяться социальной сфере. Устранение ментальных барьеров и предрассудков невозможно без культурного обмена.

Необходимо ориентировать схемы сотрудничества в социальной сфере в направлении ключевых вопросов, существенных для формирования гражданского общества, таких как борьба с социальной изолированностью, развитие местного сообщества и демократии, эффективное предоставление социальных и медицинских услуг, межкультурный диалог и межкультурное понимание, обеспечение равных возможностей, повышение мобильности работников, культурный обмен и предотвращения патологий среди молодежи.

5. Устойчивое управление - важная предпосылка устранения барьеров приграничной интеграции. Сотрудничество в сфере управления также будет способствовать утверждению взаимного политического доверия, отсутствие которого было упомянуто как существенная угроза для долгосрочной интеграции регионов. Осуществление личных контактов между конкретными представителями региональных и местных органов власти по обе стороны границ должно привести к взаимному накоплению знаний. При условии успешности такое сотрудничество приведет не только к обмену передовым опытом или повышению квалификации путем сравнения потенциалов (бенчмаркинг), но и к координации политики, что будет способствовать развитию трансграничной территории.

6. Развитие трансрегионального сотрудничества зависит от крепкого и активного сектора малого и среднего бизнеса. В Луганской и Донецкой областях более крупные предприятия играют более значительную роль. Это прекрасная возможность для определения совместных действий крупных и малых фирм.

В рамках совместного территориального и социально-экономического планирования должны быть проекты, направленные на создание предпосылок устойчивого развития приграничных функциональных территорий и одновременно охватывать несколько сфер, например: развитие бизнеса и туризма, а также устойчивое

использование окружающей среды. Некоторые проекты могут быть направлены на оказание содействия реализации ранее согласованных приграничных стратегий для приграничных территорий, требующих интегрированного (межотраслевого) совместного вмешательства по обеим сторонам границ.

В рамках трансрегионального сотрудничества существует также горизонтальный приоритет, связанный с сотрудничеством между людьми и реализуемый в виде так называемых микроприоритетов. Такие проекты имеют существенное значение для сближения людей с целью устранения ментальных и культурных барьеров интеграции. Однако такие меры сотрудничества между людьми могли бы также в перспективе внести существенный вклад в ускорение устойчивого роста отношений между областями.

Общей целью поддержки местных инициатив является развитие и активизация сотрудничества между сообществами по обе стороны границы, что в будущем способствовало бы улучшению ситуации в сферах культуры, образования, туризма и спорта, в также в социальной и экономической сферах.

Литература

1. Свиридова Н.Д., Козьякова С.С. Выявление и формирование ресурсных потенциалов региона // Н.Д. Свиридова, С.С. Козьякова / Производственный менеджмент: теория, методология, практика: сборник

материалов VII Международной научно-практической конференции / Под общ. ред. С.С. Чернова. – Новосибирск: Изд-во НГТУ, 2016. – С.142-147.

References

1. Sviridova N.D., Koz'yakova S.S. Vyyavlenie i formirovanie resursnyh potencialov regiona // N.D. Sviridova, S.S. Koz'yakova / Proizvodstvennyj menedzhment: teoriya, metodologiya, praktika: sbornik materialov VII Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii / Pod obshch. red. S.S. Chernova. – Novosibirsk: Izd-vo NGTU, 2016. – S.142-147.

Sviridova N.

FEATURES TRANS-REGIONAL COOPERATION IN THE FIELD OF TOURISM

The article presents the priority directions of development of TRANS-regional development of tourism, which will improve conditions for development in the fields of culture, education, tourism and sports.

Key words: region, tourism, transregional cooperation, natural resources, benchmarking.

Свиридова Н.Д. – д.э.н., проф., директор института экономики и финансов Луганского национального университета имени Владимира Даля.

Sviridova N.D. - Doctor of Economic Sciences, prof., Director of the Institute of Finance and Economics Luhansk national University named after Volodymyr Dahl.

Статья подана 17.04.17

СЕКЦИЯ 5**РАЗВИТИЕ ИНДУСТРИИ ТУРИЗМА И
ГОСТЕПРИИМСТВА В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ**

УДК 658.8

**РОЛЬ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В РАЗВИТИИ
ГОСТИНИЧНОГО ПРЕДПРИЯТИЯ**

Гавриленко И.А., Кондратьев И.Г.

**THE ROLE OF MARKETING STRATEGIES IN THE
DEVELOPMENT OF THE HOTEL ENTERPRISE**

Gavrilenko I., Kondratiev I.

Современные условия хозяйствования определяются постоянно меняющейся внешней средой, предприятия работают в условиях неопределенности. В связи с этим особую актуальность приобретает стратегическое управление деятельностью предприятия, эффективным инструментом планирования и управления финансово-хозяйственной деятельностью гостиничного предприятия является адаптивная маркетинговая стратегия.

Ключевые слова: бизнес, гостиничные услуги, маркетинг, прибыль, предприятие, разработка, стратегия, тенденции.

Введение. Мировая индустрия гостеприимства – это активно и динамично развивающаяся сфера. В современных условиях гостиничное хозяйство является одним из ведущих секторов мирового хозяйства. В настоящее время многие гостиничные предприятия сталкиваются с реалиями быстро меняющейся внешней среды. Типичной причиной низкого уровня развития гостиничных предприятий является неэффективное стратегическое функционирование. Предприятия, применяющие стратегическое планирование в управлении, работают более эффективно и получают прибыль выше средней в отрасли [6 с.58].

Вопросы формирования маркетинговой стратегии предприятия рассматриваются в работах по маркетингу таких известных ученых, как Ф. Котлера, Дж. Эванса, Ж.-Ж. Ламбена и др.

Проблемы формирования маркетинговой стратегии туристских и гостиничных предприятий, а также рыночные факторы ее определяющие, исследовались в работах многих российских ученых (Андреева О.Д., Беляевского И.К., Завьялова П.С. и др.).

Целью статьи является исследование вопросов необходимости формирования адаптивной маркетинговой стратегии для развития гостиничного предприятия в современных условиях на основе требований потребителя.

Изложение основного материала. В своем развитии маркетинг прошел путь от трактовки его понятия как деятельности в сфере сбыта до рыночной концепции управления (философии бизнеса). В зарубежной и отечественной теории и практике нет единого мнения и подхода относительно содержания и последовательности реализации концепции маркетинга.

Стратегическое планирование маркетинга гостиничного предприятия - это процесс разработки маркетинговой стратегии для достижения целей предприятия на основе поддержания стратегического соответствия между усилиями предприятия и его потенциальными возможностями в сфере маркетинга [7, с. 92]

В системе предоставления гостиничных услуг маркетинг определяется как совокупность принципов, методов и мер при комплексном изучении требований потребителей и определении

возможностей по их удовлетворению в конкретных условиях рыночной среды.

Маркетинговая стратегия предприятия на современном рынке формируется под влиянием множества факторов и на основе огромного количества маркетинговой информации.

Основными целями маркетинговой стратегии гостиничного предприятия являются:

1) удовлетворение требований потребителей путем обеспечения оптимальной пропорциональности между спросом и предложением определенных гостиничных услуг, благодаря гибкому реагированию на динамику спроса и маневрированию имеющимися ресурсами;

2) завоевание доли рынка путем формирования предложения гостиничных услуг в целях стимулирования, обновления и совершенствования ассортимента и улучшения качества предоставляемых гостиничных услуг, что в свою очередь способствует росту конкурентоспособности предприятия;

3) обеспечение устойчивой тенденции роста рентабельности гостиничных услуг.

Задачи маркетинговой стратегии гостиничного предприятия – это создание условий для достижения целей гостиничного предприятия. Задачи маркетинга гостиничных услуг обычно производны от маркетинговых целей предприятия гостиничной сферы и являются их конкретизацией. Важнейшей задачей маркетинговой стратегии является обеспечение максимально возможной устойчивости в деятельности предприятия, плановости развития и достижения стратегических целей.

Разработка адаптивной маркетинговой стратегии позволяет уменьшить степень неопределенности и риска в маркетинговой деятельности путем концентрации ресурсов на выбранных приоритетных направлениях [5, с.167].

В современной экономической литературе выделяют три базовых вида маркетинговых стратегий, используемых гостиничными предприятиями (рис. 1.)

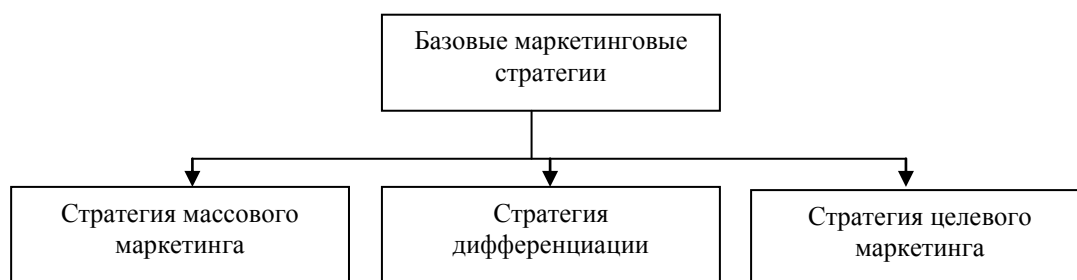


Рис. 1. Виды маркетинговых стратегий гостиничного предприятия

Стратегия массового маркетинга (лидерство в области издержек) предполагает достижение конкурентных преимуществ по издержкам. Используя эту стратегию, гостиничное предприятие ориентируется на широкий круг клиентов, чьи потребности имеют схожие черты. На практике данная стратегия применяется по отношению к популярным массовым категориям номеров, с которыми гостиничное предприятие имеет определенный опыт работы, каналы привлечения, позволяющие обеспечивать максимальную загрузку гостиницы.

Однако данная стратегия массового маркетинга имеет ряд существенных недостатков:

она менее гибкая и не всегда может соответствовать реальным потребностям гостиничного рынка;

падение качества обслуживания.

Стратегия дифференцированного маркетинга заключается в том, что гостиничное предприятие предлагает услуги, значительно отличающиеся от услуг конкурентов, направленные на удовлетворение специфических нужд потребителей. Чем сильнее отличия предлагаемых услуг от других, тем значительнее преимущества компании.

Риск стратегии дифференциации обусловлен возможностью установления слишком высокой цены, недоступной потребителю, и резкого изменения системы ценностей, при котором имидж предприятия может потерять свое значение.

Стратегия целевого (концентрированного) маркетинга предполагает, что фирма концентрирует свои усилия на одном или нескольких немногочисленных сегментах рынка и предлагает услуги в расчете на удовлетворение потребностей именно этих групп клиентов. Лидерство в специфическом сегменте достигается через низкие затраты и цены или уникальность предложения либо и то и другое вместе [7, с. 148].

Стратегия концентрированного маркетинга возможна на определенный период как временная, например, обеспечивающая концентрацию усилий, для завоевания новых сегментов потребителей и расширения своей деятельности. Однако, как только эта задача решена, предприятие переключается на дифференцированную стратегию или проводит ее по основным категориям гостиничных услуг параллельно со стратегией концентрированного маркетинга по новому узкому сегменту

потребителей для конкретной категории гостиничных номеров.

Для выбранной стратегии разрабатывается программа или план маркетинга гостиничного предприятия, являющаяся составной частью общего бизнес-плана гостиничного предприятия и призванная решить следующие основные задачи:

изучить перспективы развития гостиничного предприятия;

оценить ресурсы, необходимые для осуществления комплекса маркетинга;

определить ответственных лиц по выполнению программы;

обозначить сроки ее выполнения.

Таким образом, на этапе разработки маркетинговой стратегии гостиничного предприятия речь идет в основном о выборе, значении и форме элементов маркетинга, об объединении их в наиболее оптимальный с точки зрения поставленных целей комплекс, а также о распределении финансовых средств в рамках бюджета маркетинга [3, с. 102].

В начале программы освещаются итоги деятельности предприятия за предыдущий период, анализ текущего состояния и прогноз его динамики. Затем приводятся краткий анализ и прогноз отобранного в результате маркетинговых исследований потребительского сегмента. Далее указываются основная цель или цели гостиничного предприятия на следующий планируемый период деятельности, а также основные глобальные направления выбранной маркетинговой стратегии.

Наибольшую часть программы маркетинга занимает описание инструментария и способов реализации поставленных стратегических целей, т. е. набор конкретных маркетинговых мероприятий по реализации частных конкретных стратегий комплекса маркетинга.

В большинстве маркетинговых программ указываются содержание и план маркетинговых исследований, методика информационного обеспечения, определяются потребности в ресурсах (денежных, материальных, трудовых и др.).

В заключительной части программы дается предварительная оценка эффективности программы, предусматриваются меры по контролю за ее реализацией, а также приводится расчет бюджета маркетинга.

Разработка той или иной стратегии зависит от возможностей предприятия и существующих рисков. Все стратегии, реализуемые гостиничным предприятием, должны быть согласованы между собой, а также с миссией предприятия, перспективным состоянием внешней среды, конкурентным статусом предприятия [1, с. 47].

Маркетинговая стратегия предполагает гибкое приспособление гостиничного предприятия к рыночным условиям с учетом его позиции на рынке, уровня затрат на исследование рынка, комплекса мероприятий по сбыту, распределения средств,

отведенных на маркетинговую деятельность, между выбранными сегментами.

При прочих равных условиях потребитель выбирает те гостиничные предприятия, которые предлагают им лучшую ценность, определенную либо в терминах более низкой цены за данную услугу, либо обеспечивающую большую пользу за данную цену. Путем лучшего удовлетворения потребностей клиентов, нежели это делает конкурент, предприятие гостиничного хозяйства приобретает конкурентное преимущество. Конкурентное преимущество и связанное с ним увеличение доли на рынке следует рассматривать как основу для дальнейшего роста и долгосрочного успеха предприятия.

Исходя из этого, достижение конкурентного преимущества требует детального понимания запросов клиента и способности удовлетворять эти запросы.

Если гостиничное предприятие не способно правильно понять или полностью удовлетворять запросы своих клиентов, учитывая неосвязаемость и другие особенности гостиничных услуг, а также специфику оценки их качества потребителем, то возможности их развития будут резко ограничены.

Создавая концепцию позиционирования своего предприятия на целевом рынке, гостиничное предприятие должно обратить особое внимание на то, какие характеристики предоставляемых услуг наиболее важны для потребителя и почему услуги, предоставляемые гостиницами – конкурентами, не оправдывают ожиданий заказчика. Отдельными аспектами могут стать индивидуальный подход, удобство и т.д. Следующим этапом является разработка имиджа предприятия, проведение рекламной компании и разработка возможных вариантов преодоления препятствия для входа на выбранный целевой рынок.

При организации маркетинговой деятельности для развития гостиничных предприятий при согласованности ее целей с потребностями и предпочтениями потребителей целесообразно использовать моделирование. В результате моделирования маркетинговой деятельности предприятия обеспечивается:

оптимальная пропорциональность между спросом и предложением гостиничных услуг по видам благодаря гибкому реагированию на динамику потребительского спроса и дифференцирование гостиничных услуг;

адаптация гостиничных услуг к требованиям потребителей с целью повышения эффективности деятельности гостиничного предприятия;

оптимизация параметров воздействия его на потребительский спрос в целях формирования его в необходимых для предприятия направлениях;

формирование гибкой системы каналов реализации гостиничных услуг;

обеспечение эффективности деятельности и развития гостиничного предприятия.

Вывод. Маркетинговая стратегия - составная часть общей стратегии предприятия, которая определяет средства и методы обеспечения преимуществ над конкурентами, а также распределение ресурсов, необходимых для достижения маркетинговых целей.

Теоретически каждое гостиничное предприятие имеет цели и стратегии, которые регламентируют его деятельность. Комплекс «цели - стратегии» задает основные направления поиска рыночных возможностей, поддерживает в запланированных рамках затраты, определяет количество и квалификацию персонала.

В современных условиях изменяющейся внешней среды и жесткой конкуренции гостиничные предприятия вынуждены более активно обращаться к маркетингу. Маркетинговые инструменты позволяют гостиничным предприятиям дифференцировать услуги согласно потребностям клиентов и достичь конкурентного успеха в долгосрочном аспекте.

Разработка маркетинговой стратегии гостиничного предприятия представляет собой программно-целевой подход к деятельности гостиничного предприятия, который позволяет прогнозировать возможные риски, а также более полно оценить и задействовать возможности гостиничного предприятия как во внутренней, так и во внешней среде.

Л и т е р а т у р а

1. Гилберт А. Черчилль. Маркетинговые исследования: Учеб. пособие. Санкт-Петербург: Питер, 2000.
2. Дурович А.П. Маркетинг в туризме. – Минск: ООО «Новое знание», 2003.
3. Маркетинг: гостеприимство и туризм / Ф.Котлер, Д.Мейкенз, Дж.Боуэн. – М.: Финансы и статистика, 2001.
4. Официальный сайт Интернет-библиотеки [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.bizbook.ru
5. Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Маркетинг в социально-культурном сервисе и туризме. – С-П.: Питер., 2007.
6. Санков В. Маркетинг: технология успеха. // Турбизнес – 2001. - №3 – с. 30-31.
7. Сапрунова В.А. Туризм: эволюция, структура, маркетинг. – М.: Финансы и статистика, 2000.
8. Уолкер-младший О. Маркетинговая стратегия. Курс МВА. – О.2006. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.twirpx.com/file/90809/>

R e f e r e n c e s

1. Gilbert A. CHERCHILL. Marketingovyе issledovaniya: Ucheb. posobie. Sankt-Peterburg: Piter, 2000.
2. Durovich A.P. Marketing v turizme. – Minsk: OOO «Novoe znanie», 2003.
3. Marketing: gostepriimstvo i turizm / F.Kotler, D.Mejkenz, Dzh.Bouen. – M.: Finansy i statistika, 2001.
4. Oficial'nyj sajt Internet-biblioteki [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: www.bizbook.ru
5. Saak A.EH., Pshenichnyh YU.A. Marketing v social'no-kul'turnom servise i turizme. – S-P.: Piter., 2007.
6. Sankov V. Marketing: tekhnologiya uspekha. // Turbiznes – 2001. - №3 – s. 30-31.
7. Saprunova V.A. Turizm: ehvolyuciya, struktura, marketing. – M.: Finansy i statistika, 2000.
8. Uolker-mladshij O. Marketingovaya strategiya. Kurs MVA. – O.2006. [EHlektronnyj resurs]. – Rezhim dostupa: <http://www.twirpx.com/file/90809/>

Gavrilenko I., Kondratiev I.

THE ROLE OF MARKETING STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE HOTEL ENTERPRISE

Modern business conditions are determined by the constantly changing external environment, enterprises operate in conditions of uncertainty. In this regard, the strategic management of the enterprise's activity acquires particular urgency, an adaptive marketing strategy is an effective tool for planning and managing the financial and economic activity of the hotel enterprise.

Keywords: business, hotel services, marketing, profit, enterprise, development, strategy, trends.

Гавриленко Инесса Александровна - старший преподаватель кафедры «Туризм и гостиничное хозяйство» Луганский национальный университет имени Владимира Даля.

E-mail: gavinn@mail.ru

Кондратьев Иван Геннадьевич - студент 4 курса специальности «Гостиничное дело» Луганский национальный университет имени Владимира Даля.

Gavrilenko I. - Senior Lecturer of the Department "Tourism and Hospitality" Luhansk National University named after Vladimir Dahl.

E-mail: gavinn@mail.ru

Kondratiev I. - 4th year student of the specialty "Hospitality" Lugansk National University named after Vladimir Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д., д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство».

Статья подана 20.04.2017

УДК 379.8

СПЕЦИФИКА ОРГАНИЗАЦИИ ЛЕТНЕГО ОТДЫХА ДЕТЕЙ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Гавриленко И.А., Гриценко В.Г.

SPECIFICITY OF ORGANIZATION OF SUMMER HOLIDAY OF CHILDREN IN LUHANSK-NATIONAL REPUBLIC

Gavrilenko I., Gritsenko V.

Организация летнего отдыха детей достаточно разнообразна и включает в себя ряд мероприятий. В данной работе рассмотрена организация детского отдыха в летних лагерях.

Детский лагерь - вид детского отдыха, который стабильно пользуется популярностью. Для детей любого возраста путёвка в детский лагерь - это шанс проявить свою самостоятельность, оздоровиться и стать взрослее.

Ключевые слова: детский лагерь, отдых детей, летний отдых.

Актуальность. Отдых детей и их оздоровление - это совокупность мероприятий, обеспечивающих развитие творческого потенциала детей, охрану и укрепление их здоровья, профилактику заболеваний у детей, занятие их физической культурой, спортом и туризмом, формирование у детей навыков здорового образа жизни, соблюдение ими режима питания и жизнедеятельности в благоприятной окружающей среде при выполнении санитарно-гигиенических и санитарно-эпидемиологических требований [8].

Целью данной статьи является рассмотрение специфики организации летнего отдыха детей.

Отдых детей и подростков в летний период может быть организован на базе многих учреждений. Такими учреждениями могут выступать загородные лагеря, учреждения дополнительного образования, учреждения сферы дошкольного образования, учреждения культуры и досуга, общеобразовательные учреждения [3].

Анализ исследований и публикаций. Детский оздоровительный лагерь является внешкольным учреждением для детей в возрасте от 6 до 14 лет. Лагерь существует для организации отдыха детей и их оздоровления.

Теоретические и практические аспекты организации детского отдыха в детских лагерях рассматриваются в работах.

Так Л.И. Тимонина характеризует детский лагерь как учреждение, организующее активный,

полезный, оздоровительный отдых детей в возрасте от 7 до 16 лет [4].

Шишова Т.Л. трактует летний лагерь как контролируемая программа для детей и/или подростков, проводимых в течение летних месяцев. Дети и подростки, которые посещают летний лагерь, известны как туристы (походники) и пионеры (дети до 15 лет). Это самый распространённый способ организации детского отдыха в период летних каникул, как в России, так и на Западе.

Н.И. Торопова определяет детский летний лагерь как интересная инновационная программа активного отдыха, объединяющая в себе множество различных мероприятий, направленных на повышение здоровья малышей [9].

Однако, несмотря на значительные наработки по вопросу организации летнего отдыха детей в детских лагерях существует ряд вопросов, которые требуют дальнейшего изучения и исследования.

Основные задачи детского летнего отдыха: сохранение и развитие системы отдыха, оздоровления и занятости детей и подростков; сохранение и расширение единого оздоровительного пространства;

обеспечение прав детей на отдых, защиту жизни и здоровья, получение качественных услуг в сфере отдыха, оздоровления и занятости в каникулярный период;

изучение и обобщение опыта организации отдыха и оздоровления детей в период каникул [2].

Целью деятельности детского летнего лагеря является организованное воспитательное пространство, обеспечивающее необходимые условия для оздоровления, полноценного отдыха детей, развития личности каждого ребенка и его социальной адаптации.

Для того чтобы определить особенности организации деятельности детского оздоровительного лагеря необходимо рассмотреть, что представляют собой типы детских лагерей (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Типы детских лагерей

№ п/п	Типы детских лагерей	Характеристика
1	Санаторные лагеря	Программы включают оздоровительные упражнения, спортивные игры, купание, закаливание и т.д. Здесь не планируются грандиозные развлекательные мероприятия, основное внимание педагогов направлено на утверждение здорового образа жизни детей и подростков [1].
2	Профильные лагеря	Здесь устраиваются массовые представления, дискотеки, работают различные кружки, секции, студии, проходят систематические репетиции, просмотры, конкурсных программ, выступления. Основная роль в таком лагере отводится массовикам-затейникам, руководителям кружков, режиссерам.
3	Загородные центры	В этих лагерях ребенку помогают решить его психологические проблемы. Здесь предусмотрено создание атмосферы безопасности для ребенка, выявление его проблем, предусмотрен поиск способов их решения. Для этого создаются микрогруппы, организуются успокаивающие прогулки и беседы.
4	Лагеря с дневным пребыванием детей	Подобные лагеря организуются с целью развития, оздоровления и отдыха детей по месту жительства.

Помимо традиционных направлений появились и новые тенденции в организации летнего отдыха детей, которые наиболее ярко выразились сегодня в создании региональных социально-педагогических программ:

- поддержка одаренных детей и подростков;
- организация активного отдыха детей с девиантным поведением;
- патриотическое воспитание.

Также организуются семейные лагеря, плавучие лагеря, лагеря инспекторов дорожного движения, хореографов, лагеря детских общественных организаций (скаутов, пионеров); летние мастер – школы, профилактические летние лагеря и смены, исторические лагеря, лагеря народных ремесел, фольклора, детские площадки, летние центры детских общественных организаций. В настоящее время так же получила развитие форма лагеря при учреждениях социального обслуживания. Это лагеря с дневным пребыванием детей и подростков, профильные лагеря, лагеря с круглосуточным пребыванием детей, которые базируются при центрах социального обслуживания населения, центрах помощи семье и детям, различных реабилитационных центрах, целью деятельности, которых является не только организация отдыха детей, но и их социальная защита и реабилитация.

Основные виды услуг, предоставляемых детям в учреждениях отдыха и оздоровления:

- услуги, обеспечивающие нормальную жизнедеятельность детей;
- медицинские услуги, обеспечивающие охрану здоровья, своевременное оказание медицинской помощи, профилактику заболеваний и формирование навыков здорового образа жизни детей, контроль за соблюдением санитарно-гигиенических и противоэпидемических требований;

- педагогические услуги, направленные на повышение интеллектуального уровня детей, расширение их кругозора, углубление знаний, формирование умений и навыков, развитие творческого потенциала;

- психологические услуги, направленные на улучшение психического состояния детей и их адаптацию к окружающей среде жизнеобитания;

- правовые услуги, направленные на оказание детям и их родителям (законным представителям) юридической помощи, защиту своих законных прав и интересов;

- услуги по оказанию культурно-оздоровительной деятельности, обеспечивающие разумное и полезное проведение детьми свободного времени, их духовно-нравственное развитие, приобщение к ценностям культуры и искусства;

- услуги в сфере физической культуры, спорта, туризма, краеведения, экскурсий, направленные на физическое развитие, укрепление здоровья и закаливание организма детей;

- информационные услуги, направленные на предоставление достоверной информации об имеющейся сети учреждений отдыха и оздоровления детей и о каждом конкретном учреждении [8].

В Луганской народной республике был утвержден «Временный порядок подбора и направления детей в оздоровительные лагеря и базы отдыха, расположенные за пределами Луганской народной республики на бесплатной основе» от 31.05.2016 г. Согласно данного порядка бесплатные путевки могут получить следующие категории детей:

- дети-сироты и дети, лишенные родительской опеки;

- дети-инвалиды и дети с ограниченными возможностями здоровья, то есть имеющие недостатки в физическом и (или) психическом

развитии – при отсутствии медицинских противопоказаний и способных к самообслуживанию;

дети, потерпевшие от последствий Чернобыльской катастрофы;

дети, которые пострадали вследствие стихийного бедствия, техногенных аварий, катастроф;

дети из многодетных и малообеспеченных семей;

дети, родители которых погибли от несчастных случаев на производстве или при исполнении служебных обязанностей;

дети, которые находятся на диспансерном учете – при отсутствии медицинских противопоказаний;

талантливые и одаренные дети – победители международных, республиканских, областных, городских, районных олимпиад, конкурсов,

фестивалей, соревнований, спартакиад (личное и командное первенство);

отличники обучения;

лидеры ученического самоуправления и детских общественных организаций [10].

Помимо выезда за пределы ЛНР (ФРК и РФ) в период 2015-2016 гг. был организован отдых в пределах Республики в следующих детских оздоровительных лагерях:

«Королевские скалы», г. Свердловск;

«Лесные зори» и «Зарница» в городе Ровеньки;

«Лесные просторы» в Антраците;

«Соловьиная роща» в Антрацитовском районе;

«Лучистый» в городе Красный Луч.

Таким образом, в настоящее время существует достаточно много типов детских оздоровительных лагерей, предоставляющих детям различные виды услуг. Следует отметить, что в современном мире функцию летнего отдыха и оздоровления детей выполняют не только учреждения образования, но и учреждения социальной сферы, деятельность которых направлена на реализацию социальной защиты населения.

В целях обеспечения большей доступности летнего отдыха детей требуется разработка социальной туристской политики на республиканском уровне, направленной на создание законодательной базы, принятие нормативных актов, развитие социальной инфраструктуры, подготовку квалифицированных кадров по организации информационной работы и оказания помощи различным слоям населения в реализации своих прав на отдых.

Литература

1. Классификация лагерей [электронный ресурс] / <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/653124>

2. Тимохина Л.И. Детский лагерь: цели, задачи, функции [электронный ресурс] / <http://www.studfiles.ru/preview/1720057/>

3. Чичкина, С. Детский отдых нуждается в инвестициях / С. Чичкина // Туризм: практика, проблема, перспективы. - 2009.-№ 5. – С. 24-27.

4. Бабкин, А.В. Специальные виды туризма / Ростов-на Дону, 2008.

5. Координационные советы для организации летнего детского отдыха в Республике [электронный ресурс] / <http://lnr.today/index.php/news/8053-koordinatsionnye-sovety-dlya-organizatsii-letnego-detskogo-otdykha-sozdayutsya-v-respublike>.

6. Бардин К.В. Азбука туризма. М.: Просвещение», 1981. - 205 с.

7. Зорин И. В., Квартальнов В. А., «Энциклопедия туризма». "Финансы и статистика".2004. С. 360

8. Технология организации летнего отдыха детей и подростков [электронный ресурс] / http://revolution.allbest.ru/pedagogics/00615858_1.html

9. Туризм: виды и формы [электронный ресурс] / http://pidruchniki.com/14410602/turizm/turizm_vidi_formi

10. Формы организации летнего отдыха и оздоровление детей [электронный ресурс] / http://studopedia.ru/9_195429_formi-organizatsii-letnego-otdiha-i-ozdorovleniya-detey-i-podrostkov-pravovie-organizatsionnie-osnovi-provedeniya-kanikulyarnogo-otdiha-detey-i-podrostkov-po-mestu-zhitelstva.html

References

1. Klassifikatsiya lagerey [elektronnyy resurs] / <http://dic.academic.ru/dic.nsf/ruwiki/653124>

2. Timokhina L.I. Detskiy lager': tseli, zadachi, funktsii [elektronnyy resurs] / <http://www.studfiles.ru/preview/1720057/>

3. Chichkina, S. Detskiy otdykh nuzhdayetsya v investitsiyakh / S. Chichkina // Turizm: praktika, problema, perspektivy. - 2009.-№ 5. – S. 24-27.

4. Babkin, A.V. Spetsial'nyye vidy turizma / Rostov-na Donu, 2008.

5. Koordinatsionnye sovety dlya organizatsii letnego detskogo otdykha v Respublike [elektronnyy resurs] / <http://lnr.today/index.php/news/8053-koordinatsionnye-sovety-dlya-organizatsii-letnego-detskogo-otdykha-sozdayutsya-v-respublike>.

6. Bardin K.V. Azbuka turizma. M.: Prosveshcheniye», 1981. - 205 s.

7. Zorin I.V., Kvartal'nov V.A., «Entsiklopediya turizma». "Finansy i statistika".2004. S. 360.

8. Tekhnologiya organizatsii letnego otdykha detey i podrostkov [elektronnyy resurs] / http://revolution.allbest.ru/pedagogics/00615858_1.html.

9. Turizm: vidy i formy [elektronnyy resurs] / http://pidruchniki.com/14410602/turizm/turizm_vidi_forni

10. Formy organizatsii letnego otdykha i ozdorovleniya detey [elektronnyy resurs] / http://studopedia.ru/9_195429_formi-organizatsii-letnego-otdiha-i-ozdorovleniya-detey-i-podrostkov-pravovie-organizatsionnie-osnovi-provedeniya-kanikulyarnogo-otdiha-detey-i-podrostkov-po-mestu-zhitelstva.html

Gavrilenko I., Gritsenko V.

SPECIFICITY OF ORGANIZATION OF SUMMER HOLIDAY OF CHILDREN IN LUHANSK-NATIONAL REPUBLIC

The organization of summer holidays for children is quite diverse and includes a number of activities. In this

paper, the organization of children's leisure in summer camps is considered.

Children's camp is a kind of children's holiday, which is steadily enjoying popularity. For children of any age, a trip to a children's camp is a chance to show one's independence, become healthier and become more mature.

Key words: *tourism, children's camp, children's rest, summer vacation.*

Гавриленко Инесса Александровна - старший преподаватель кафедры «Туризм и гостиничное хозяйство» Луганский национальный университет имени Владимира Даля.

E-mail: gavinn@mail.ru

Гриценко Виктория Геннадьевна – студентка 4 курса специальности «Туризм» ЛНУ им. В.Даля.

Gavrilenko I. - Senior Lecturer of the Department "Tourism and Hospitality" Lugansk National University named after Vladimir Dahl.

E-mail: gavinn@mail.ru

Gritsenko V. - 4th year student of the specialty "Tourism" LNU them V. Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д., д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство»

Статья подана 02.05.2017

УДК 338.48

АНИМАЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ И ТЕХНОЛОГИЯ РАЗРАБОТКИ АНИМАЦИОННЫХ ПРОГРАММ

Гавриленко И.А., Тинякова Я.Ю.

ANIMATIONAL ACTIVITY AND TECHNOLOGY FOR THE DEVELOPMENT OF ANIMATION PROGRAMS

Gavrilenko I., Tinyakova Y.

Анимационная деятельность, которая тесно связана с событийным туризмом, имеет детальный, трудный процесс со своими особенностями и характерными чертами технологии разработки и реализации анимационной программы. Однако включение анимационных программ в содержание туристских маршрутов и поездов повышает их популярность и востребованность.

Ключевые слова: анимационная деятельность, направления анимационной деятельности, технология разработки анимационных программ.

Впервые термин «анимация» появился еще в начале XX в. во Франции в связи с введением закона о создании различных ассоциаций и трактовался как деятельность, направленная на усиление живого интереса к культуре, художественному творчеству [4]. Во 2-й половине XX в. термин «анимация» стал использоваться уже в нескольких значениях, где анимация рассматривалась еще и как художественная деятельность по созданию мультфильмов. К концу XX в. социально-культурная анимация уже являла собой самостоятельное направление психолого-педагогической деятельности в сфере культурного досуга [4].

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что предоставление анимационной программы в туристском продукте делает его более востребованным и заинтересованным для потребителя, увеличивает количество постоянных клиентов, что способствует повышению эффективности деятельности туристского предприятия.

Анимация – это вид услуги, который заключается в создании программ проведения досуга и свободного времени. Это определение тесно связано с событийным туризмом, так как в настоящее время очень часто используют анимационные программы при проведении событийных туров. Введение анимационных

программ в событийный туризм имеет определенную рекреационную функцию, связанную с повышением удовлетворенности отдыхом, что в свою очередь способствует более скорому и полному восстановлению моральных и физических сил туристов.

В экономической литературе исследованию вопросов анимации уделяется значительное внимание. Однако при многообразии исследований у авторов нет единого мнения в вопросах терминологии, формулировок определений основных понятий. Так Л.В. Курило, исследуя вопросы теории и практики анимации, предлагает следующее определение: «анимация – это стимулирование полноценной рекреационной, социально-культурной досуговой и другой деятельности человека путем воздействия на его жизненные силы, воодушевление и одухотворение» [6].

В свою очередь Т.Н. Третьякова считает, что анимация – это «разработка и предоставление специальных программ проведения свободного времени; организация развлечений и спортивного проведения досуга» [8].

О.Н. Тимофеев, связывая понятие «анимационной деятельности» непосредственно с понятиями «досуг» (свободное от работы время), «развлечение» (занятие, времяпрепровождение, доставляющее удовольствие, развлекающее), «туристический бизнес» и «туризм» (вид путешествия, совершаемый для отдыха и самообразования), опираясь на их определения, даваемые учеными-филологами [7]. Тимофеев считает, что данное понятие довольно широкое и к нему относится «практически все, что способно «оживлять» публику».

С точки зрения А.И. Кравченко: «Досуг – та часть свободного времени (оно является частью внерабочего времени), которым человек располагает по своему усмотрению. Досуг входит как составная часть в категорию «свободное время», которое, в

свою очередь, выступает частью внепроизводственного времени. Последнее включает: время на домашний труд и самообслуживание, время на сон и еду, время на передвижение к месту работы и обратно, свободное время, затрачиваемое на учебу, воспитание, общественную деятельность. Досуг – это деятельность ради собственного удовольствия, развлечения, самосовершенствования или достижения иных целей по собственному выбору, а не по причине материальной необходимости. Досуг – это деятельность, которой люди занимаются просто потому, что она им нравится» [5].

Проанализировав понятия авторов, можно сделать вывод, что анимация - это досуговая деятельность, предоставляющая организацию проведения развлекательных программ во время путешествия туриста и осуществляемая с помощью аниматоров-помощников.

Выделяют основные направления анимационной деятельности:

анимационные программы (праздничные мероприятия, карнавалы, маскарады, фестивали, конкурсы и ярмарки);

театрализованные представления (народные праздники, ролевые книги, рыцарские турниры, костюмированные балы, спектакли в исторических интерьерах);

анимация в тематических парках (аттракционы, встречи со сказочными героями, встречи с героями мультфильмов, посещение экзотических стран, путешествия в прошлое и будущее и т.д.);

спортивная анимация (альпинизм, стрельба из лука, аквапланирование, езда на велосипедах, посещение тренажерного зала, картинг, боулинг и др.);

гостиничная анимация (дискотеки, концерты) [1].

Особо следует отметить классификацию туристской анимации, предложенную Гараниным Н.И., основанную на критериях важности, приоритетности и объему анимационных программ в общей программе путешествия (в турпродукте):

№	Название	Характеристика
1.	Первый тип	Анимационные туристские маршруты – целевые туристические поездки ради одной анимационной программы, либо непрерывный анимационный процесс, развернутый в пространстве в форме путешествия, переезда от одной анимационной услуги (программы) к другой, которые предоставляются в разных географических точках. Такая анимационная программа является целевой, приоритетной и доминирующей в турпакете услуг не только по физическому объему, но и по содержанию, стимулирующему душевные силы. К таким анимационным программам относятся: культурно-познавательные и тематические, фольклорные и литературные, музыкальные и театральные, научные, фестивальные, карнавалы и спортивные.
2.	Второй тип	Дополнительные анимационные услуги в технологических перерывах – программы, предназначенные для «поддержки» основных туристских услуг, оговоренных в турпакете, и действующие в обстоятельствах, обусловленных переездами, задержками в пути и в случаях непогоды (при организации спортивных и самостоятельных туров, на пляжных курортах) и т. д.
3.	Третий тип	Гостиничная анимация – комплексная рекреационная услуга, основанная на личных человеческих контактах тураanimатора с туристом и совместном участии в развлечениях, предлагаемых анимационной программой туркомплекса [3].

Таким образом, анимационная деятельность имеет ряд характерных черт: осуществляется в свободное время;

отличается свободой выбора, добровольностью, активностью, инициативностью как одного человека, так и различных социальных групп;

обусловлена национально-этическими, региональными особенностями и традициями;

характеризуется многообразием видов на базе различных интересов взрослых, молодежи и детей;

отличается глубокой индивидуальностью;

носит гуманистический, культурологический, развивающий, оздоровительный и воспитательный характер.

Анимационная деятельность рассматривается как деятельность по разработке и представлению

специальных программ проведения свободного времени. Под технологией разработки следует понимать набор приемов труда аниматора, организацию этого труда, использование инструментов и приспособлений. Технология разработки и реализации анимационных программ - процесс сложный и многоплановый, поскольку решает следующие задачи: создание анимационных программ, экономический просчет стоимости программы, рекламу программ, их реализацию и, наконец, творческое воплощение запрограммированных анимационных мероприятий с последующим анализом. Данный технологический процесс представляет собой целостную систему, в которой взаимодействуют все компоненты[2].

Технология разработки анимационных программ включает в себя несколько этапов.

Этапы разработки анимационных программ

№	Название этапа	Характеристика
1.	Подготовительный	анализ предлагаемых анимационных программ; определение целей и задач; выбор места и времени проведения программы; проектирование анимационной программы с учетом возрастных, этнических и прочих особенностей потребителей данной услуги; создание или подбор сценариев анимационных мероприятий, включенных в программу; составление сметы расходов на проведение программы; подбор творческих коллективов и распределение обязанностей внутри анимационных команд; техническую подготовку (подбор материальных пособий, закупку инвентаря, изготовление декораций, костюмов, реквизита т.д.); установку звуковой и световой аппаратуры, других технических средств, оформление сцены, изготовление фонограмм и пр.; проведение репетиций, обучение правилам игр и пр.; проведение рекламной кампании намеченных анимационных мероприятий.
2.	Начальный	В течение этапа: туристы (гости отеля) информируются о наличии и содержании анимационной программы для различных групп и категорий туристов; с туристами (гостями) устанавливается контакт, производится запись на различные анимационные программы и сбор заявок.
3.	Содержательный	Этап проведения анимационной программы. Это ответственная работа для всех участников: необходимо соединить усилия всех задействованных аниматоров и решить поставленные задачи.
4.	Заключительный	На этом этапе происходит подведение итогов: награждение участников и прощание с гостями; анализ проведенной программы; анкетирование потребителей с последующим анализом; работа над усовершенствованием программы.

Таким образом, можно сделать вывод, что значение туристической анимации заключается в повышении качества и привлекательности туристского продукта, увеличении спроса на него, повышении нагрузки на материальную базу турфирмы, а, следовательно, и в повышении эффективности использования, доходности и рентабельности туристской деятельности.

Литература

1. «Анимация как вид искусства», [электронный ресурс] / http://revolution.allbest.ru/culture/00353175_0.html
2. «Виды и технологии реализации анимационных программ», [электронный ресурс] / http://dw6.ru/vidy_i_tehnologii_realizatsii_animatsionnyh_programm.html
3. Гаранин Н.И., Булыгина И.И. Менеджмент туристской и гостиничной анимации: Учебное пособие. - М.: Российская международная академия туризма, 2002.
4. Драгичевич-Шешич М. Культура: менеджмент, анимация, маркетинг [Текст] / М. Драгичевич-Шешич, Б. Стойкович [пер. с сербохорв.]. - Новосибирск: Тигра, 2000. - 165 с.
5. Кравченко С.А., Учебный социологический словарь с английскими и испанскими эквивалентами / Под общей редакцией. - Издание 4-е, дополненное и переработанное. - М.: Экзамен, 2000. - 512 с.
6. Курило Л.В. Теория и практика анимации: Ч.1. Теоретические основы туристской анимации [Учебное пособие] / Л.В. Курило. - М.: Советский спорт, 2006. - 195 с.

7. Ожегов С.И., Шведова Н.Ю. Толковый словарь русского языка.-М., 1992. - 902 с.

8. Третьякова Т.Н. Анимационная деятельность в социально-культурном сервисе и туризме [Учебное пособие для вузов / Т.Н. Третьякова.] - М.: Издательский центр «Академия», 2008. - 272 с.

References

- 1.«Animatsiya kak vid iskusstva», [elektronnyy resurs]/ http://revolution.allbest.ru/culture/00353175_0.html
- 2.«Vidy i tekhnologii realizatsii animatsionnykh programm», [elektronnyy resurs]/http://dw6.ru/vidy_i_tehnologii_realizatsii_animatsionnyh_programm.html
3. Garanin N.I., Bulygina I.I. Menedzhment turistskoy i gostinichnoy animatsii: Uchebnoye posobiye. - M.: Rossiyskaya mezhdunarodnaya akademiya turizma, 2002.
- 4.Dragichevich-Sheshich M. Kul'tura: menedzhment, animatsiya, marketing [Tekst] / M. Dragichevich-Sheshich, B. Stoykovich [per. s serbokhorv.]. - Novosibirsk: Tigra, 2000. - 165 s.
- 5.Kravchenko S.A.,Uchebnyy sotsiologicheskiy slovar' s angliyskimi i ispanskimi ekvivalentami / Pod obshchey redaktsiyey. - Izdaniye 4-ye, dopolnennoye i pererabotannoye. - M.: Ekzamen, 2000. - 512 s.
6. Kurilo L.V. Teoriya i praktika animatsii: CH.1. Teoreticheskiye osnovy turistskoy animatsii [Uchebnoye posobiye] / L.V. Kurilo. - M.: Sovetskiy sport, 2006. - 195 s.
7. Ozhegov S.I., Shvedova N.YU. Tolkovyy slovar' russkogo yazyka.-M., 1992. - 902 s.
8. Tret'yakova T.N. Animatsionnaya deyatelnost' v sotsial'no-kul'turnom servise i turizme [Uchebnoye posobiye

dlya vuzov / T.N. Tret'yakova.] – М.: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», 2008. – 272 s.

Gavrilenko I., Tinyakova Y.
ANIMATIONAL ACTIVITY AND TECHNOLOGY FOR THE DEVELOPMENT OF ANIMATION PROGRAMS

Animation activity, which is closely connected with event tourism, has a detailed, difficult process with its own peculiarities and characteristics of the technology for the development and implementation of the animation program. However, the inclusion of animation programs in the maintenance of tourist routes and trips increases their popularity in demand.

Key words: *animation activity, directions of animation activity, technology of development of animation programs.*

Гавриленко Инесса Александровна - старший преподаватель кафедры «Туризм и гостиничное

хозяйство» Луганский национальный университет имени Владимира Даля.

E-mail: gavinn@mail.ru

Тинякова Яна Юрьевна – студентка 4 курса специальности «Туризм» ЛНУ им. В. Даля.

Gavrilenko I. - Senior Lecturer of the Department "Tourism and Hospitality" Lugansk National University named after Vladimir Dahl.

E-mail: gavinn@mail.ru

Tinyakova Y. - 4th year student of the specialty "Tourism" LNU them V.Dahl.

Рецензент: **Свиридова Н.Д.**, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство».

Статья подана 27.04.2017

УДК 159

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПОНЯТИЯ «ДОСУГ»: СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ

Довгаль Е.А., Шаповалов В.С.

THEORETICAL ASPECTS OF THE "LEISURE" CONCEPT: STRUCTURE AND CONTENT

Dovgal E.A., Shapovalov V.S.

В статье анализируются различные научные подходы к понятию «досуг». Рассматриваются его качественные характеристики и функции, соотношение с категорией «свободное время», классифицируются его виды и формы.

Ключевые слова: досуг, досуговое пространство, потенциал, социально-культурная деятельность, личность.

Использование в повседневном обиходе слова «досуг» представляет собой в смысловом плане своеобразный коктейль из понятий «отдых», «развлечение», «рекреация», «игровые занятия», «хобби», «спортивно-оздоровительные увлечения», «туризм» и т.д. Все это в реальной структуре досугового времени действительно присутствует. Однако бытовое толкование в силу своей зыбкости и недостаточной определенности явно не подходит для научного и учебного использования.

Проблема досуга имеет длительную историю рассмотрения, в процессе которой предложены различные трактовки этого явления как по содержанию, так и по соотношению с категорией занятия и свободного времени.

В современной российской научной литературе значительный вклад в теорию досуговой деятельности внесли М.А. Ариарский, Э.В. Соколов, В.Я. Суртаев, Л.Н. Коган, Г.П. Орлов, А.Ф. Воловик, В.А. Воловик, Г.А. Евтеева. Но отметим, что на сегодняшний день отсутствует единое определение понятия «досуг».

По мнению российского исследователя Г.П. Орлова, «досуг-это совокупность занятий человека в свободное время, с помощью которых удовлетворяются непосредственные физические, психические и духовные потребности, в основном восстанавливающего характера, а также специфический социальный способ дальнейшего развития человеческих сил [3,с 46.]».

Ю.А. Стрельцов определяет «досуг» как часть внерабочего времени (в границах суток, недели, года), остающуюся у человека (группы, общества) за вычетом разного рода непреложных дел, необходимых затрат.[5, с.5].

Достаточно интересно понятие «досуг» охарактеризовано в исследованиях Э.В. Соколова. Досуг им рассматривается как «особое время, когда возможен свободный выбор занятий, в которых отдых перемежается с физической и умственной активностью». По мнению Э.В. Соколова, «без достаточного отдыха человек быстро истощает силы и оказывается неспособным к какой-либо возвышенной деятельности. Без игр и развлечений досуг становится монотонным и плоским. [4,с.180].

На основе теоретического анализа можно условно разделить определения досуга на 3 группы: одни исследователи считают, что досуг -это синоним понятия «свободное время», вторые считают, что это активная часть свободного времени, третий подход - досуг это деятельность, совершаемая на основе свободного выбора, носящая развивающий характер.

В данном исследовании рассмотрим досуг как время, свободное от работы (учебы) и других обязательств, которое наполнено деятельностью, обусловленную мотивами и потребностями.

В настоящее время происходит существенная переоценка значения досуга как социально-культурной категории в жизни общества. Выполнявший в течение многих лет роль придатка производственной сферы, досуг становится все более широкой сферой социально-культурной деятельности, где происходит самореализация творческого и духовного потенциала общества.[2, с.12]

Досуг в современных работах выступает как сфера саморазвития личности, проявления ее сущности, способностей; как возможность самореализации и самоактуализации каждого

человека, как сфера воспитания личностных и гражданских качеств, сфера расширения культурного кругозора и обмена духовными ценностями.

Анализируя различные подходы к характеристикам досуга, выделим основные: свободу от жестких социальных требований, возможность выбора, гедонистичность досугового поведения (личность находится в поисках радости, наслаждения), компенсационность (активность направлена на возмещение того, что люди недополучают в других сферах своей жизнедеятельности).

Стрельцов Ю.А. выделяет три основные социокультурные функции досуговой деятельности. Первая из них - рекреация, включающая в себя регенерацию как восстановление растрченных физических сил, и релаксацию, направленных главным образом на снятие психического утомления. Вторая функция - развлечение, понимаемое как особый род досуговых занятий, призванных дать человеку возможность повеселиться, прилично провести время, поднять настроение, снять накопившееся психическое напряжение, получить требующуюся эмоциональную подзарядку. Сущность третьей функции правомерно эксплицировать через ключевое понятие - развитие: в сфере досуга люди не только отдыхают и развлекаются, но и совершенствуют себя в культурном отношении [5].

Далее исследователи расширяют перечень функций и выделяют коммуникативную, социализирующую, культуротворческую, информационно-просветительскую, духовную.

Богатство социокультурной действительности и средств ее проявления обуславливают многообразие форм досуговой деятельности, которые можно классифицировать по следующим основным признакам:

по содержанию (культурно-потребительский, творческий);

по виду досугового творчества;

по количеству участников (индивидуальный, групповой, массовый);

по времени (кратковременный, периодический, систематический);

по степени устойчивости воспитательного воздействия (эпизодические и стабильные формы досуга);

по сложности характера и строению.

Многообразные виды досуговой деятельности раскрыты в исследованиях Э.В. Соколова, которые он классифицирует по группам: *отдых, развлечения, праздник, самообразование, творчество*. По его мнению, отдых снимает усталость и напряжение, служит для восстановления жизненных сил и душевного равновесия. Он может быть пассивным или включать различные уровни и степень активности. Развлечение как досуговая деятельность имеет компенсационный характер, исполняет роль

психологической разрядки, эмоциональной разгрузки, обеспечивает человеку смену впечатлений.

Отдых и развлечения сочетаются в праздниках. Праздник всегда связывает прошлое и настоящее путем торжественного по преимуществу преобразования действительности, служащей для обновления ценностных ориентиров в переломные моменты истории и индивидуальной жизни, где человек, хотя бы на небольшой срок, освобождается от повседневных забот, тревог, погружается в эмоционально насыщенную атмосферу, испытывая подъем, получает возможность открытого выражения чувств.

Самообразование как досуговая деятельность согласно мнению Э.В. Соколова направлено на приобщение людей к ценностям культуры. Повышая общую культуру личности, образовательная деятельность развивает ум, способности, познавательные интересы, эстетические и нравственные чувства. Наиболее высокий уровень досуговой деятельности достигается в творчестве. Творчество, отвечающее глубинным и универсальным потребностям человека в самовыражении, преобразовании действительности, поиске, экспериментировании, познании и изменении окружающего мира, помогает совершенствовать бытие, отношение к самому себе, создавать новое. Творческая досуговая деятельность поднимает личность на новую ступень — от потребителя духовных ценностей до их создателя. [4, с. 46-88].

С.А. Шмаков выделяет такие виды досуга: пассивный (зрительский, слушательский) и активный (деятельностный); организованный (педагогически целесообразно используемое свободное время) и стихийный (спонтанно протекающий процесс использования свободного времени); контролируемый и неконтролируемый; коллективный и индивидуальный; подражательный и творческий; опережающий (изыскательная перспективная деятельность) и нормативный (традиционно сложившиеся модели). Все виды досуга по отдельности и особенно применяемые в системе имеют огромное значение во всестороннем развитии личности, поскольку он включается в выполнение различных ролей и проявляет себя в разных позициях.

Вместе с тем С.А. Шмаков отмечает, что досуговая деятельность по своему содержанию подразделяется на ряд принципиальных групп.

Первая группа связана с функцией восстановления различных сил человека (прогулки на воздухе, спортивные мероприятия, игры, забавы, вечера отдыха, развлечения и др.).

Вторая группа — с повышением эрудиции, потреблением духовных ценностей (чтение литературы, просмотр телепередач, посещение выставок, музеев, путешествия и др.).

Третья — с развитием духовных сил и способностей, с активной творческой деятельностью (трудовая, спортивно-игровая, художественно-театральная, научно-исследовательская и др.).

Четвертая группа реализует потребность личности в общении (кружковая работа, клубные объединения, праздники, дискотеки, диспуты, танцы, вечеринки и т.д.).

Пятая группа связана с целенаправленной творческой учебной деятельностью детей (выездные лагеря, смотры, конкурсы, каникулярные объединения, туристические походы, школы актива и т.п.)

Творческая досуговая деятельность поднимает личность на новую ступень — от потребителя духовных ценностей до их создателя.

Все перечисленные виды досуговой деятельности тесно связаны между собой. Одни из них выполняют подготовительные функции для участия человека в других. Некоторые исполняют завершающие функции, позволяя в полной мере реализовать социально-педагогический потенциал досуга.

Исследователи в области педагогики досуга А.Ф. Воловик и В.А. Воловик выделяют следующие специфические особенности досуговой деятельности:

-ее действительный мотив - потребность личности в самом процессе этой деятельности;

-она может быть разнообразна по своему предмету;

-в отличие от прочих видов деятельности, цели и содержание которых заложены в них самих, цели и содержание досуговой деятельности избираются человеком в зависимости от его нравственного развития и культурного уровня;

-досуговая деятельность может носить социально полезный характер, характер социально нейтральный, быть замкнутой в системе узко-групповых ценностей и обретать характер социально отрицательный, асоциальный;

-особенности досуговой деятельности создают определенную структуру досуга, соответствующую прогрессивному усложнению и развитию потребностей в виде уровней, которые отличаются друг от друга своей психологической, культурной значимостью;

-педагогический процесс представляет собой целенаправленную организацию досуговой деятельности, планомерный перевод ее на более высокий уровень.

Критерием определения уровней досуговой деятельности, по определению исследователей, является отношение субъекта этой деятельности к ее процессу, пассивное или активное. На этом основании выделяются следующие уровни досуговой деятельности: потребление, творчество, экстерниоризация. Данные уровни взаимосвязаны и взаимообусловлены, что позволяет осуществлять воспитательный процесс путем планомерной и

систематической организации досуговой деятельности путем перевода ее на более высокий уровень[1, с.11-12].

Таким образом, проведя анализ основных теоретических источников отечественной и зарубежной литературы можно сделать вывод, что досуговая сфера - это пространство раскрытия творческих сил личности, реализации возможностей; сфера, где вырабатывается система ценностных ориентаций, происходит формирование личностных качеств.

Досуговая деятельность - это осознанная и направленная активность человека, в которой он удовлетворяет потребности в познании собственной личности и окружающего мира, в результате которой он может выразить себя, удовлетворить собственные интересы.

Досуг позволяет раскрыть физический, духовно-нравственный, эстетический потенциал человека. Это путь его активного продвижения к культуре, освоению социокультурного наследия. А главный смысл педагогического управления досуговой деятельностью - создание благоприятных условий для того, чтобы она была социально полезна и личностно значима.

Л и т е р а т у р а

1. Воловик А.Ф., Воловик В.А., Педагогика досуга: Учебник.- М.: Флинта, 1998.-240с.
2. Киселева Т.Г. Основы социально-культурной деятельности: учебное пособие/Т.Г. Киселева, Ю.Д. Красильников; Рос. акад. образования, Центр соц. педагогики, Моск. гос. ун-т культуры. -М.,1995. 136с.
3. Орлов Г.П. Свободное время и личность.- Свердловск, 1983.-176с.
4. Соколов Э.В. Свободное время и культура досуга.-Л. Лениздат, 1977. -207 с.
5. Стрельцов Ю.А.Стрельцов Ю.А. Культурология досуга: учеб. пособие. М.: МГУКИ, 2002

References

- 1.Volovik A.F., Volovik V.A., Pedagogika dosuga: Uchebnik.-M.: Flinta, 1998.-240s.
- 2.Kiseleva T.G. Osnovy social'no-kul'turnoj dejatel'nosti: uchebnoe posobie/T.G. Kiseleva, Ju.D. Krasil'nikov; Ros. akad. obrazovanija, Centr soc. pedagogiki, Mosk. gos. un-t kul'tury. -M.,1995. 136s.
- 3.Orlov G.P. Svobodnoe vremja i lichnost'.-Sverdlovsk, 1983.-176s.
- 4.Sokolov Je.V. Svobodnoe vremja i kul'tura dosuga.-L. Lenizdat, 1977. -207 s.
- 5.Strel'cov Ju.A. Strel'cov Ju.A. Kul'turologija dosuga: ucheb. posobie. M.: MGUKI, 2002

Dovgal E.A., Shapovalov V.S.

THEORETICAL ASPECTS OF THE CONCEPT OF "LEISURE": STRUCTURE AND CONTENT

The article analyzes various scientific approaches to the notion of "leisure". Its qualitative characteristics and functions, correlation with the category "free time" are considered, its types and forms are classified.

Keywords: *Leisure, leisure space, potential, socio-cultural activity, personality.*

Довгаль Е.А. – ст. преп. кафедры Туризм и гостиничное хозяйство Луганского национального университета им. В.Даля.

E-mail: elena.voloshenko@mail.ru

Шаповалов В.С. – студент 4-го курса кафедры Туризм и гостиничное хозяйство Луганского национального университета им. В.Даля.

Dovgal E. - Senior Lecturer Department of Tourism and Hospitality of Lugansk National University. V.Dalya.

E-mail: elena.voloshenko@mail.ru

Shapovalov V. - 4th year student of the Department of Tourism and Hospitality of Lugansk National University. V.Dahl.

Рецензент: *Свиридова Н.Д.*, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство».

Статья подана 27.04.2017

УДК 338.488

СПЕЦИФИКА ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ЗАВИСИМОСТИ ОТ ТИПОЛОГИИ ГОСТИНИЦ

Довгаль Е. А., Глазкова А. С.

SPECIFICITY OF PROVIDING ADDITIONAL SERVICES DEPENDING ON THE TYPOLOGY OF HOTELS

Dovgal E.A., Glazkova A.S.

Расширение спектра дополнительных услуг развивает, дополняет и корректирует перспективные направления развития гостиничного предприятия с учетом конкретной обстановки. Разработка новых услуг является необходимым условием поступательного развития любого гостиничного предприятия. В настоящее время гостинице недостаточно предоставить клиенту обычный номер с завтраком. Запросы гостей становятся все выше, и, чтобы удовлетворить их, гостиничным предприятиям приходится придумывать массу дополнительных услуг.

Ключевые слова: дополнительные услуги, типология, гостиничные предприятия.

Современный гостиничный комплекс занимает важное место в социальной сфере страны и способствует удовлетворению первостепенных потребностей путешествующих в проживании и питании, и самое главное, в спектре дополнительных услуг.

Гостиничные предприятия предоставляют ряд услуг, которые делятся на основные, дополнительные и сопутствующие и являются составной частью сферы услуг. К основным услугам относится размещение и питание, к сопутствующим – услуги специальных видов связи, предоставление индивидуальных сейфов. Но основной целью деятельности предприятий гостиничной отрасли являются дополнительные услуги, их прибыль, которая напрямую зависит от объемов предоставляемых услуг.

Каждый субъект гостиничного рынка стремится увеличить объемы реализации своих услуг, и сталкивается с препятствием - наличием жесткой конкуренции на рынке.

На конкурентоспособность отеля в сфере дополнительных услуг влияет множество факторов: расположение, типология, номерной фонд, звёздность, инфраструктура, материально-техническое состояние. Для настоящего успеха гостиничного предприятия постоянно требуются

свежие идеи. Именно конкуренция является стимулом появления новых дополнительных услуг и влияет на действия производителей гостиничных услуг.

Актуальность темы исследования обусловлена тем, что одним из главных условий успешного развития предприятий индустрии гостеприимства является наличие широкого спектра дополнительных услуг. Именно поэтому, во-первых, возникает необходимость расширения существующего спектра, а во-вторых – адаптация его к тому сегменту потребителей, на который ориентировано предприятие.

Одним наиболее значимым для гостиниц сегодня является фактор расширения существующего спектра дополнительных услуг.

Дополнительные услуги - услуги, которые не относятся к основным услугам гостиницы, заказывают и оплачивают потребители дополнительно согласно отдельному договору[1].

Одним из факторов, влияющих на специфику дополнительных услуг, является типология гостиниц. В зависимости от типа гостиницы количество и качество услуг значительно отличается. Это связано, прежде всего, с потребностями потребителей данного сегмента рынка, их платежеспособностью.

В зависимости от типологии гостиницы бывают делового, туристского и курортного назначения[2].

Предприятия гостиничного хозяйства делового назначения функционируют для обслуживания туристов, находящихся в поездках, связанных с деловой деятельностью. Гостиницы этой группы наиболее известны как гостиницы для конгрессного обслуживания: обслуживания симпозиумов, съездов, собраний, конференций. Они должны располагаться вблизи административных, общественных, промышленных центров, у них

должны быть созданы условия для организации труда клиентов, проведения ими мероприятий[3].

Функциональным требованиям к типу гостиничных предприятий делового назначения является наличие специальных помещений для проведения деловых мероприятий: конференц-залов, комнат для переговоров, помещений для размещения экспозиции; наличие специального технического оборудования, то есть условий для проведения различных мероприятий на собственной материально-технической базе, а так же наличие спортивно-оздоровительных и торгово-развлекательных комплексов.

Главные дополнительные услуги в таком отеле - это услуги служб связи (телефон, факс), служб финансового обеспечения (отделения банков, обмена валют), услуги торговых организаций[2].

В гостиничных предприятиях для потребителей, которые находятся с деловой целью, в структуре дополнительных услуг предлагаются и оздоровительные, в состав которых входят разнообразный комплекс услуг спортивного направления и релаксации, диетическое питание[4].

Предприятия гостиничного хозяйства туристского назначения подразделяются на: туристско-экскурсионные, туристско-спортивные и специализированные.

Состав помещений общественного назначения в туристских гостиницах в основном предназначен для проведения отдыха и досуга (залы многофункционального назначения, холлы, каминные и пр.)[5].

Особенность туристских гостиниц — наличие помещений туристского обслуживания, а также туристско-методических кабинетов и инструкторских (для методической работы инструкторов с группами). Набор этих помещений связан с типом туристского маршрута и способов передвижения по нему туристов[6].

В размещении отелей туристического типа учитывают характер и качество туристических маршрутов, способов движения, наличие объектов туристической привлекательности[2].

Сущность концепции туристического гостиничного предприятия заключается в оптимальном удовлетворении потребностей туристов и экскурсантов, т.е. эти предприятия предназначены для туристов, которые стремятся к активному отдыху.

Туристическое предприятие гостиничного хозяйства, как правило, располагают на туристических маршрутах. Комплекс дополнительных услуг, который предлагает туристическое предприятие, формируется в соответствии с программой маршрута и заранее определяется ваучером или путевкой, для организации обслуживания в структуре туристического отеля предусмотрено бюро путешествий и экскурсий.

Основными функциональными требованиями к организации туристических гостиничных предприятий является наличие помещений для работы турагентств; организация помещений для отдыха, игр,

развлекательного и культурного досуга; наличие помещений спортивно-оздоровительного назначения и озелененной территории вокруг гостиничного предприятия[4].

Туристско-экскурсионные гостиницы предназначены для туристов, которые отдыхают активно. Туристские гостиницы, как правило, располагают на туристических маршрутах, строят как в городах, так и за их пределами, вблизи объектов туристской привлекательности, в местах с хорошими природными факторами, часто вблизи зеленых массивов[2].

Туристско-спортивные гостиницы предоставляют туристам широкие возможности для занятия различными видами спорта (гольф-отели, отели для пловцов, отели с теннисными кортами), пункты проката туристского и спортивного инвентаря и снаряжения (лыж, коньков, саней, охотничьего и рыболовного снаряжения, лодок, байдарок и т.д.). В зависимости от специфики туристско-спортивной гостиницы набор этих помещений различен.

В состав специализированных предприятий туристского назначения входят санатории, лагеря труда и отдыха, размещения в коллективных средствах транспорта (поездах, морских и речных судах и яхтах), а также конгресс-центрах [4].

Предприятия гостиничного хозяйства курортного назначения подразделяются на: бальнеологические, климатологические и грязелечебные.

Концепция «курортных предприятий» предусматривает предоставление размещения, питания и ряда дополнительных услуг людям, стремящимся к отдыху и восстановлению здоровья. Наиболее популярным местом размещения курортных гостиниц являются территории, предоставляющие возможности для отдыха и лечения в естественных климатических и природных условиях: на морских побережьях, в горных районах и т.д. [4].

В структуре курортных гостиниц в обязательном порядке должны быть предусмотрены помещения для оказания медицинских услуг лечебно-профилактического характера, предоставление диетического питания, занятий спортом, активного отдыха[3].

Бальнеологические курортные гостиницы предназначены для туристов с целью лечения и восстановления организма.

В дополнение к водным процедурам на бальнеологических курортах предлагается большое количество специальных оздоровительных программ: массажи (включая восточные массажные техники – тайский, лаосский, рефлексогенный), гимнастики, обучение правильному питанию, йога.

Традиционным дополнением к этим процедурам на бальнеологических курортах являются аппаратные косметические программы для тела – лимфодренаж, антицеллюлитный массаж, электропроцедуры[7].

Климатическими называются курорты, где в качестве основного лечебно-профилактического фактора используется климат. Ландшафтно-

климатические условия местности в различных сочетаниях используются для лечения хронических заболеваний - дыхательной, сердечно-сосудистой, нервной систем, болезней крови, почек, суставов, обмена веществ, кожных заболеваний[8].

Грязелечебные курорты предназначены для лечения целебными грязями. Лечебные грязи - это иловые отложения с высоким содержанием органических веществ и солей, образующиеся на дне болот, рек, озер, морских заливов. Вот почему все грязелечебные курорты находятся вблизи естественных водоемов[9].

Современная тенденция развития гостиничного бизнеса такова, что предприятия размещения диверсифицируют свой продукт, стараясь предложить максимальное количество дополнительных услуг.

Если раньше наличие большого количества дополнительных услуг свидетельствовало о «звездности» гостиницы, то теперь дополнительные услуги – это «лицо» средства размещения.

Таким образом, проведя исследования и рассмотрев разные типы гостиниц можно сделать вывод, что специфика предоставления дополнительных услуг зависит от типологии гостиницы. Если это гостиница конкретного назначения, то она должна предоставлять услуги, которые характеризуют данный вид гостиницы. Так как гостиничные предприятия рассчитаны на разный контингент туристов с разными потребностями, то и спектр дополнительных услуг у них будет разный.

Л и т е р а т у р а

1. Мальская М.П.. Организация гостиничного хозяйства/ М.П.Мальская, И.Г. Пандяк, Ю.С. Занько. – К.: Знания, 2011
2. Круль Г. Я. Основы гостиничного дела. Учеб. пособие. - К.: Центр учебной литературы, 2011
3. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А., 2000 Менеджмент гостиниц и ресторанов: Учеб. пособие. — 2-е изд. — Мн.: Новое знание, 2001
4. Бойко Н.Г., Гопкало Л.М. Организация гостиничного хозяйства: Учебник. - К.: Киев, нац. торг.-экон. ун-т, 2006
5. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация: учеб. пособ. / С. И. Байлик. – Киев: ВИРА-Р, 2001
6. Лукьянов В.О. Мунин Г.Б.: Организация гостинично - ресторанного обслуживания
7. Курорты/Бальнеологические курорты [электронный ресурс] <http://www.royalmedgroup.com/resorts/balneological-resorts>
8. Методические указания от 22.12.99 г. № 99/228 «Перечень курортов России с обоснованием их уникальности по природным климатическим факторам»
9. Грязелечебные курорты России [электронный ресурс] <http://www.advantour.com/rus/russia/tourism/gryazelechebnie-kurorti.htm>

R e f e r e n c e s

1. Malskaya M.P.. Organizaciya gostinichnogo hozyaistva/ M.P.Malskaya_ I.G. Pandyak_ Yu.S. Zanko. – K.: Znaniya_ 2011

2. Krul G. Ya. Osnovi gostinichnogo dela. Ucheb. posobie. _ K._ Centr uchebnoi literaturi_ 2011

3. Kabushkin N.I._ Bondarenko G.A._ 2000 Menedjment gostinic i restoranov_ Ucheb. posobie. — 2_e izd. — Mn._ Novoe znanie_ 2001

4. Boiko N.G._ Gopkalo L.M. Organizaciya gostinichnogo hozyaistva_ Uchebnik. _ K._ Kiev_ nac. torg._ ekon. un_t_ 2006

5. Bailik S.I. Gostinichnoe hozyaistvo. Problemi_ perspektivi_ sertifikaciya_ ucheb. posob. / S. I. Bailik. – Kiev_ VIRAR_ 2001

6. Lukyanov V.O. Munin G.B._ Organizaciya gostinichno _ restorannogo obslujivaniya

7. Kurorti/Balneologicheskie kurorti [elektronnij resurs]

http://www.royalmedgroup.com/resorts/balneological_resorts

8. Metodicheskie ukazaniya ot 22.12.99 g. № 99/228 «Perechen kurortov Rossii s obosnovaniem ih unikalnosti po prirodnim klimaticheskim faktoram»

9. Gryazelechebnie kurorti Rossii [elektronnij resurs] http://www.advantour.com/rus/russia/tourism/gryaze_lechebnie_kurorti.htm

Dovgal E.A., Glazkova A.C.

SPECIFICITY OF PROVIDING ADDITIONAL SERVICES DEPENDING ON THE TYPOLOGY OF HOTELS

Expanding the range of additional services develops, completes and corrects the perspective directions of development of the hotel enterprise in light of your particular situation. The development of new services is a necessary condition for sustained development of any hotel enterprise. Currently the hotel is not enough to provide the customer with a regular room with Breakfast. The requests are getting higher, and to satisfy them, the hotel enterprises have to come up with a lot of additional services.

Keywords: additional features, typology, the hotel enterprise.

Довгаль Е.А. - старший преподаватель кафедры туризм и гостиничное дело, Луганского национального университета имени В.Даля

E-mail: elena.voloshenko@mail.ru

Глазкова А.С. – студентка 4-го курса кафедры туризм и гостиничное дело, Луганского национального университета имени В.Даля

Dovgal E. - Senior Lecturer Department of Tourism and Hospitality of Lugansk National University. V.Dalya

E-mail: elena.voloshenko@mail.ru

Glazkova A. - 4th year student of the Department of Tourism and Hospitality of Lugansk National University. V.Dahl.

Рецензент: *Свиридова Н.Д.*, д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство»

Статья подана 27.04.2017

УДК 379.851

ТЕОРЕТИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ ТЕРМИНА «СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ»

Козьякова С.С., Денисова С.О.

THEORETICAL SUBSTANTIATION OF THE TERM «EVENT TOURISM»

Kozyakova S., Denisova S.

В статье исследованы теоретические подходы к определению понятия событийный туризм учеными отечественных и зарубежных школ. Также выявлены особенности характерные для событийного туризма, что дало возможность уточнить понятийный аппарат: событие, туризм и событийный туризм.

Ключевые слова: туризм, событие, ивент, событийный туризм, событийный менеджмент, событийный маркетинг, дестинация.

Сфера туризма является важнейшей и составной частью социально-экономического развития страны, региона или отдельной территории.

В настоящее время увеличивается спрос на новые виды туризма, к которым относится событийный. Данный вид туризма сочетает в себе традиционный отдых и участие в самых зрелищных мероприятиях планеты или внутри страны. Наиболее значимыми являются крупные события в спортивном сегменте, модные показы, выставки и фестивали, музыкальные концерты, а так же другие праздники.

Анализ последних исследований. Среди зарубежных авторов, которые занимались изучением событийного туризма можно выделить Дж. Ритчи, Д. Беливо, Р. Линч, А. Вил, Д. Гетц. Благодаря их исследованиям этот вид туризма выделился в самостоятельную отрасль науки со своим терминологическим аппаратом и стал рассматриваться как отдельное направление. Также большой вклад в развитие событийного туризма внесли российские и отечественные ученые: Долженко Г.П., Шмыткова А.В., Биржаков М.Б., Никитина С.С., Зинченко М.В., Свиридова Н.Д. Но в работах многих ученых, событийный туризм рассматривается с точки зрения экономической эффективности, в то же время представления целостной системы и теоретическое обоснование сущности событийного туризма обуславливает необходимость анализа к определению его понятийного аппарата.

Целью исследования является анализ подходов к определению событийный туризм для дальнейшего его уточнения.

В каждой из множества стран происходят события (event), представляющие культурную, историческую и спортивную ценность. В мировой практике для обозначения термина «событийный туризм» используют термин «event tourism» (от англ. event — событие или специальное мероприятие). В русском языке используется такие варианты, как ивент-туризм или событийный туризм.

Долженко Г.П. и Шмыткова А.В. рассматривают «событийный туризм» как вид туризма, ориентированный на посещение местности в определенное время, связанное с каким-либо событием» [4, с.116].

Биржаков М.Б. трактует данный вид туризма, как значимую часть культурного туризма, ориентированную на посещение дестинации в определенное время, связанное с каким-либо событием в жизни сообщества или общества, редко наблюдаемым природным явлением» [3, с. 414].

Никитина С.С., Зинченко М.В. определяют событийный туризм как любое путешествие, связанное с каким-либо интересным для туриста событием, которые происходят во всех концах нашего необъятного земного шара» [6, с.81].

По мнению Фроловой Т.В. событийный туризм это поездки с целью удовлетворения потребности в посещении какого-либо мероприятия» [8].

Алексеева О.В. считает, что это вид туристской деятельности, привлекающий туристов разноформатными общественными мероприятиями культурной или спортивной жизни, которые способствуют развитию инфраструктуры туризма, интеграции разных слоев населения в общество и формированию положительного имиджа дестинации [1, с.24].

Лакомов Е.А. дает определение событийному туризму как туристской деятельности, связанной с разнообразными значимыми общественными

событиями, а также редкими природными явлениями, привлекающими своей уникальностью, экзотичностью, неповторимостью большое количество туристов из разных стран» [5, с.28].

По мнению Свиридовой Н.Д. событийный туризм - когда туристы во время путешествий становятся свидетелями крупных событий в мире природы, спорта, культуры, искусства [7, с.213].

Анализируя данные подходы, можно сделать вывод, что единое определение событийного туризма отсутствует, что связано с непродолжительным периодом его изучения, а также многогранностью его состава. Следует отметить, что авторы рассматривают событийный туризм либо как вид туристской деятельности, либо как разновидность туризма.

В западных странах выделяют такое понятие как «событийный менеджмент» (Event Management) – часть проектного менеджмента, связанная с созданием и развитием фестивалей, событий и конференций.

Сам по себе термин «событийный туризм» не имеет практического применения в силу того, что основные понятия, которые используются в трактовке данного термина, являются частью других сегментов и секторов. Поэтому, для полного объяснения термина следует, сначала дать определения составным частям выражения.

Слово Event (событие, мероприятие) в английском языке имеет много значений, как социально - культурное, так и техническое и даже философское. В русском языке используется как транслитерированный вариант - ивент, так и аналоговый перевод - событие.

Таким образом, Event (событие, или специальное событие) - это запланированное социально - общественное событие/мероприятие, которое происходит в определенное время, с определенной целью и имеет определенный резонанс для общества.

Если в туристической деятельности событие (event) это запланированное мероприятие под которое составляется организованное путешествие (тур) то для маркетинга это специальный инструмент, позволяющий манипулировать мнением и поведением специально приглашенной на событие (ивент, эвент) аудитории.

При создании туристского объекта, не имеющего своего исторического события, его можно создать посредством формирования легенды, мероприятия, церемонии, шоу и прочее.

Туристский бизнес всегда активно использует события для формирования туристского продукта и привлечения туристов именно на событие. Самым важным при формировании туров подобного рода, как правило, является заблаговременное планирование.

В период планового события резко активизируется туристская деятельность объектов туристской индустрии. Роль и влияние заранее

спланированных событий в сфере туризма имеют документальное подтверждение, особенно большое воздействие ивенты оказывают на конкурентоспособность туристской дестинации [2].

Практически в каждом регионе страны региональные органы управления туризмом в поисках новых форм PR-активности начинают широко использовать возможности развития событийного туризма, который может иметь различные направления:

- национальные фестивали и праздники;
- карнавалы и народные праздники;
- театрализованные шоу;
- фестивали кино и театра;
- гастрономические фестивали;
- фестивали и выставки цветов;
- модные показы;
- фестивали музыки и музыкальные конкурсы;
- спортивные события;
- международные технические салоны;
- паломничество;
- личные события (свадебные туры и прочее).

Таким образом, для туристов, желающих посетить определенные места не только с целью осмотра достопримечательностей, но и принятия участия в совместном праздновании с местными жителями организуются специальные туры, связанные с событиями города, региона, страны или даже планеты.

При организации таких туров, а именно событийных, в первую очередь, следует определить, кто и зачем путешествует для посещения разного рода ивентов, какие туристы посещают ивенты в своих путешествиях. Интересы клиентов, по содержания событийного тура, можно поделить на категории: спортивные соревнования и историко-культурные мероприятия, тематические фестивали.

Во вторых, определяется вид отдыха во время путешествия так называемых «ивент-туристов» и сколько они тратят.

В третьих, необходимо выделить отдельные ивенты для расчета их вклада в формирование позитивного имиджа туристской дестинации. Такой подход позволит формировать спрос на событийные туры, а также повлияет на формирование экскурсионной программы.

Со стороны предложения, дестинации развиваются, продвигая и рекламируя различные виды ивентов для выполнения следующих функций:

- привлечение туристов (особенно в низкий сезон), с целью увеличения притока денежных средств на территорию оказания событийных туров;
- увеличение туристской вместимости дестинации и развития инфраструктуры туризма;
- формирование благоприятного имиджа дестинации;
- вклад в развитие территории как благоприятного места для проживания, работы и инвестирования.

Анализ подходов к организации событийных туров, дал возможность выделить характерные особенности событийного туризма, а именно:

жесткая сегментация потребителей по возрастным, национальным, гендерным, религиозным и иным стратам, поскольку каждому из них интересны свои, совершенно специфические события;

большой разрыв во времени и непостоянство проведения событийных туров, что снижает вероятность планирования объема реализации туристических продуктов;

целевая аудитория событийного туризма - это обеспеченные туристы с доходом выше среднего, а также компании, состоящие из нескольких пар;

относительно короткий период событийных мероприятий;

целенаправленно планируемый характер программ (содержание программ событийных мероприятий заранее разрабатывается организаторами и заблаговременно доводится до сведения потенциальных участников, что напрямую влияет на неповторимость события и его ценность).

Выявленные особенности событийного туризма дают возможность уточнить его понятийный аппарат, который состоит из двух элементов, в первую очередь понятие «событие». Под которым следует понимать совокупность явлений, выделяющихся своей особенностью и возможным планированием, направленных на удовлетворение интересов организованных групп туристов, которые в свою очередь являются потенциальными участниками данного явления. Оно может иметь вид разового неповторимого явления или периодического наблюдаемого, наблюдаемого ежегодно или в определенные периоды времени.

Вторым элементом является понятие «туризм», а именно это деятельность лиц, которые осуществляют путешествия и пребывают в местах находящихся за пределами их обычной среды на время от 24 часов до 1 года без осуществления оплачиваемой деятельности.

Из выше сказанного можно уточнить определение понятия «событийный туризм» как организованная деятельность, направленная на удовлетворение интересов групп туристов, которые в свою очередь являются потенциальными участниками определенного неповторимого события, проведение которой способствует развитию инфраструктуры туристической отрасли.

Л и т е р а т у р а

1. Алексеева О.В. Событийный туризм как фактор социально-экономического развития региона: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2012. — 24 с.

2. Алексеева О.В. Событийный туризм и ивент-менеджмент // Электронный ресурс — Режим доступа: <http://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-i-ivent-menedzhment>

3. Биржаков М.Б. Событийный туризм: карнавалы в истории и современном туризме / М.Б. Биржаков, И.В.

Воронцова, Н.И. Метелев // Туристские фирмы. — 2000. — № 23. — С. 94—111.

4. Долженко Г.П., Шмыткова А.В. Событийный туризм в Западной Европе и возможности его развития в России // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. — 2007. — № 6. — С. 116—119.

5. Лакомов Е.Ф. Повышение конкурентоспособности регионов России на основе развития услуг по событийному туризму: автореф. дис. ... канд. экон. наук. — М., 2013. — 28 с.

6. Никитина С.С., Зинченко М.В. Событие как основа для проектирования туристического продукта // Материалы Международной научно-практической конференции «Актуальные проблемы гуманитарных наук». — Томск, 5—6 апреля 2012 г. — С. 81—84.

7. Свиридова Н.Д., Скорченко Ю.А. Туризм. Словарь-справочник: учебное пособие (2-е изд., доп.) / Свиридова Н.Д., Скорченко Ю.О. - Луганск: Изд-во ВНУ им.В.Даля, 2013. - 340С.

8. Фролова Т.А. Экономика и управление в сфере социально-культурного сервиса и туризма: конспект лекций Таганрог: ТТИ ЮФУ, 2010 / [Электронный ресурс]. — Режим доступа: http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm.

References

1. Alekseeva O.V. Sobytiyniy turizm kak faktor social'no-ehkonomicheskogo razvitiya regiona: avtoref. dis. ... kand. ehkon. nauk. — M., 2012. — 24 s.

2. Alekseeva O.V. Sobytiyniy turizm i ivent-menedzhment // EHlektronnyy resurs — Rezhim dostupa: <http://cyberleninka.ru/article/n/sobytiynyy-turizm-i-ivent-menedzhment>

3. Birzhakov M.B. Sobytiyniy turizm: karnavaly v istorii i sovremennom turizme / M.B. Birzhakov, I.V. Voroncova, N.I. Metelev // Turistskie firmy. — 2000. — № 23. — S. 94—111.

4. Dolzhenko G.P., SHmytkova A.V. Sobytiyniy turizm v Zapadnoj Evrope i vozmozhnosti ego razvitiya v Rossii // Izvestiya vysshih uchebnyh zavedenij. Severo-Kavkazskij region. Seriya: Obshchestvennye nauki. — 2007. — № 6. — S. 116—119.

5. Lakomov E.F. Povyshenie konkurentosposobnosti regionov Rossii na osnove razvitiya uslug po sobytiynomu turizmu: avtoref. dis. ... kand. ehkon. nauk. — M., 2013. — 28 s.

6. Nikitina S.S., Zinchenko M.V. Sobytie kak osnova dlya proektirovaniya turistscheskogo produkta // Materialy Mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Aktual'nye problemy gumanitarnykh nauk». — Tomsk, 5—6 aprelya 2012 g. — S. 81—84.

7. Cviridova N.D., Skorchenko YU.A. Turizm. Slovar'-spravochnik: uchebnoe posobie (2-e izd., dop.) / Sviridova N.D., Skorchenko YU.O. - Lugansk: Izd-vo VNU im.V.Dalya, 2013. - 340S.

8. Frolova T.A. EHkonomika i upravlenie v sfere social'no-kul'turnogo servisa i turizma: konspekt lekcij Taganrog: TTI YUFU, 2010 / [EHlektronnyy resurs]. — Rezhim dostupa: http://www.aup.ru/books/m19/2_1.htm.

Kozyakova S., Denisova S.

THEORETICAL SUBSTANTIATION OF THE TERM «EVENT TOURISM»

The article explores theoretical approaches to the definition of the concept of event tourism by scholars of Russian and foreign schools. Also, features characteristic of

event tourism were revealed, which made it possible to clarify the conceptual apparatus: an event, tourism and event tourism.

Key words: *tourism, event, event, event tourism, event management, event marketing, destination.*

Козьякова С.С. – к.э.н., доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства ЛНУ имени В.Даля.

E-mail: larikova@ukr.net

Денисова С.О. - магистр первого курса специальности «Туризм» ЛНУ имени В.Даля

Kozyakova S.S. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality of the LNU named after V. Dahl.

E-mail: larikova@ukr.net

Denisova S.O. - Master of the first year of the specialty "Tourism" of the LNU named after V.Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля.

Статья подана 20.04.2017

УДК 338.48

СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫЕ ТУРЫ ДЛЯ ИНОСТРАННЫХ ТУРИСТОВ: ОРГАНИЗАЦИОННЫЙ ПОДХОД

Козьякова С.С., Саранча Е.А.

SPECIALIZED TOURS FOR FOREIGN TOURISTS: AN ORGANIZATIONAL APPROACH

Kozyakova S., Sarancha E.

В статье исследованы особенности организации специализированных туров с точки зрения производителя – туроператора, а также выявлены проблемы возникающие при разработке специализированных туров для иностранных граждан в современных условиях.

Ключевые слова: туристская индустрия, туроператор, турагент, специализированный туризм, специализированный тур, блок-тур, групповой тур, краткосрочный тур.

Современные тенденции развития глобальной экономики характеризуются увеличением доли третичного сектора, переходом большинства национальных экономических систем к постиндустриальной стадии развития, значительным ростом непромышленного сектора. Общемировой тенденцией является расширение сферы услуг в части занятости, доли в валовой добавленной стоимости и ВВП, а также относительное сокращение добывающих отраслей и сельского хозяйства. Ярким примером этого глобального экономического тренда является динамичное развитие туристической индустрии как составляющей сферы услуг.

Туристская индустрия - это совокупность гостиниц и иных средств размещения, систем, средств и объектов транспорта и перевозок, объектов общественного питания, объектов и средств развлечения, объектов познавательного, делового, оздоровительного, спортивного иного назначения, предприятий и организаций, осуществляющих туроператорскую и турагентскую деятельность, а также предприятий и организаций, предоставляющих экскурсионные услуги и услуги гидов-переводчиков [1, с.13].

В систему индустрии туризма входят специализированные предприятия, организации и учреждения, среди которых: предприятия, предоставляющие услуги по размещению, предприятия питания, фирмы, занимающиеся

транспортным обслуживанием, турфирмы по разработке и реализации турпродукта, рекламно-информационные учреждения, производственно-туристские предприятия, предприятия торговли, предприятия сферы досуга в туризме:

Учреждения самостоятельного туризма

Органы управления туризмом

Учебные заведения

Научные и проектные учреждения [2, с. 21].

К организаторам туризма относятся два вида предприятий сферы туризма: туроператор и турагент.

Принято разделять туроператоров на инициативных и рецептивных. Инициативные туроператоры - это операторы, отправляющие туристов за рубеж или в другие регионы по договоренности с принимающими (рецептивными) операторами или напрямую с туристскими предприятиями. Отличием их от туристских агентств, занимающихся исключительно продажей чужих туров, является то, что они занимаются комплектацией туристского продукта, состоящего, по нормам Всемирной туристской организации (ВТО), не менее чем из трех услуг (размещения, транспортировки туристов и любой другой, не связанной с первыми двумя). Классический инициативный туроператор формирует сложные маршрутные туры, комплектуя их из услуг местных туроператоров в разных местах посещения (по маршруту), обеспечивая проезд к месту начала путешествия и обратно и организует предоставление внутримаршрутного транспорта.

Рецептивные туроператоры - это туроператоры на приеме, то есть комплектующие туры и программы обслуживания туристов с использованием прямых договоров с поставщиками услуг (гостиницами, предприятиями питания, досугово-развлекательными учреждениями и т.д.).

По мнению В.С. Сенина, Т.С. Ждановой, специализированный туризм - термин,

используемый для обозначения туристов, покупающих специализированный тур и выезжающих с целью изучения специфических особенностей того или иного места, для приобретения личного опыта, сдачи спортивных нормативов, активного отдыха [3, с. 47].

В настоящее время специализированные туры могут стать самыми выгодными предложениями на туристском рынке, в том числе и на рынке российских производителей услуг. Привлекательными являются специализированные путешествия, связанные с программами изучения культуры, языка, знакомства с отдельными мемориальными местами истории, паломнические религиозные туры и т.д.

Структура туров варьируется в зависимости от страны, состава туристов, их покупательной способности, характера, ассортимента и качества услуг. Разработка туров для иностранных туристов требует обязательного соблюдения следующий правил и условий:

владение и умение пользоваться исчерпывающей информацией о наличии гостиничных мест, предоставляемый предприятиями размещения на основе заключенного с турфирмой соглашения;

владение и умение пользоваться информацией о средствах внутренних пассажирских перевозках по маршруту и наличии свободных мест, предоставляемых перевозчиками на основе заключенного с турфирмой соглашения;

владение исчерпывающей информацией об объектах туристского показа (музеи, картинные галереи, мемориалы, исторические и архитектурные памятники и др.), расписании и времени их работы.

Формирование специализированных туров может производиться самостоятельно или на основе заявок от иностранных партнеров.

Самостоятельное формирование туров имеет три направления:

Краткосрочные туры (2-3 дня) для индивидуальных туристов со свободными датами их начала и окончания; эти туры имеют фиксированный набор услуг: размещение в гостинице (дифференцировано по классам), трансферы, завтрак; остальные услуги клиент может приобрести дополнительно.

Групповые туры с фиксированными датами начала и окончания набор услуг определяется турфирмой при анализе рынка.

Блок-туры со свободными датами начала и окончания. Блок-туры включают конкретные маршруты, программы и пакеты услуг, поэтому они могут быть предложены иностранным турфирмам как готовый турпродукт. В зависимости от пожеланий заказчика эти туры обычно используются целиком, без каких-либо дополнений, или же они служат «кирпичиками», из которых формируется более сложный тур. Это означает, что турфирмам, расположенным за пределами города,

придется или самим отрабатывать маршруты, включающие столичные центры, и полностью обеспечивать обслуживание в них своих иностранных клиентов.

Формирование специализированных туров на основе заявок от иностранных партнеров осуществляется двумя путями:

1. Для организации массовых серийных поездок иностранных туристов (каталожные туры (advertised tours) - выпускаются на рынок под ожидаемый спрос). Обсуждение каталожных туров: фиксирование дат и маршрутов, программ, содержания и классности пакета услуг должно происходить заблаговременно, до наступления туристского сезона, ведь иностранной фирме понадобится время на выпуск рекламы (каталогов) и проведение кампании по продвижению туров на рынке. Каталожные туры в зависимости от общего объема операций могут иметь несколько вариантов маршрутов и дат. Поэтому они часто в практике работы турфирм называются серийными графиковыми турами.

2. Для организации приема и обслуживания отдельных групп или индивидуумов вне графиков. Такие туры называются заказными турами (tailored tours), так как они разрабатываются с учетом пожеланий будущих участников поездки. Этот способ используется также фирмами, специализирующимися на организации индивидуального туризма.

Таким образом, можно выделить проблемы, возникающие при разработке специализированных туров для иностранных граждан в современных условиях:

1. Появилась необходимость в создании карты доступности предприятий питания, так как даже в сети интернет нет информации о том, есть ли у человека возможность посетить то или иное заведение.

2. При разработке специализированного тура для иностранцев не удалось найти средства размещения, которые предоставляют информацию на иностранном языке.

3. Большинство существующих туристических компаний не обращают внимания на иностранных потребителей, т.к. информации о возможности организации туров (о доступности объектов) практически нет.

4. Для продвижения специализированных туров на иностранном рынке необходимо собрать информацию о доступности объектов культуры и туризма по территории региона в отдельный путеводитель.

Таким образом, для внутренних туристов и для иностранных туристов, с учетом особенностей формирования специализированных туров и доступности туристских объектов, необходимо разрабатывать проектные туры, которые впоследствии могут быть использованы в практической деятельности турфирм.

Л и т е р а т у р а

1. География международного туризма: Зарубежные страны: учебное пособие для студентов вузов / сост. Л. М. Гайдукевич, С. А. Хомич, В. А. Клицунова. – Минск: Аверсэв, 2003. – 304 с.
2. Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристской фирмой. - М.: Финансы и статистика, 2001. – 208с.
3. Жданова Т.С., Бикташева Д.Л., Гиевая Л.П. Менеджмент в туризме М.: Альфа-М, 2010. – 272с.

R e f e r e n c e

1. Geografiya mezhdunarodnogo turizma: Zarubezhnye strany : учебное пособие для студентов вузов / sost. L. M. Gajdukevich, S. A. Homich, V. A. Klicunova. – Minsk : Aversehv, 2003. – 304 s.
2. Moiseeva N.K. Strategicheskoe upravlenie turistskoj firmoj. - M.: Finansy i statistika, 2001. – 208s..
3. Zhdanova T.S., Biktasheva D.L., Gievaya L.P. Menedzhment v turizme M.: Al'fa-M, 2010. – 272s.

Kozyakova S., Sarancha E.

SPECIALIZED TOURS FOR FOREIGN TOURISTS: AN ORGANIZATIONAL APPROACH

The article examines the features of organization of specialized tours from the point of view of the producer – tour operator, and also identified the problems encountered in the

design of specialized tours for foreign citizens in the modern world.

Key words: *tourism industry, tour operator, travel agent, tourism, specialized tours, unit tours, group tour, short tour.*

Козьякова С.С. – к.э.н., доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства ЛНУ имени В.Даля
E-mail: larikova@ukr.net

Саранча Е.А. – магистрант кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени В. Даля.

Kozyakova S.S. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality of the LNU named after V. Dahl.
E-mail: larikova@ukr.net

Sarancha E. - Master of Tourism and Hotel Management, Luhansk National University named after V. Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 24.04.2017

УДК 338.48

ОРГАНИЗАЦИЯ ЭКСТРЕМАЛЬНЫХ ТУРОВ КАК СПОСОБ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ РЕГИОНОВ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Комарова М.Е., Торосян А.С.

ORGANIZATION OF EXTREME TOURS AS A WAY FOR INCREASING TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION

Komarova M., Torosyan A.

В статье проведен анализ развития экстремального туризма в регионах Российской Федерации. Определены наиболее перспективные направления данного вида, как для внутреннего, так и для въездного туризма. Выявлены проблемы и предложены пути развития экстремального туризма для некоторых наиболее привлекательных регионов России.

Ключевые слова: Туристская привлекательность, экстремальный туризм, потенциал региона

В современном мире экстремальный туризм становится все более популярным видом проведения свободного времени и перспективным направлением в сфере отдыха и развлечений. Начиная примерно с 2000-х годов многим людям, особенно проживающих в экономически развитых странах, не хватает острых ощущений. Сплавы по бурным рекам, лыжные путешествия, погружения в глубины океанов и "парение" в облаках - так теперь выглядит отдых, заменивший собой предшествующий ему "пляжно - отельный" туризм, столь востребованный в XX веке. Туризм XXI века – это сложное социальное явление, которое имеет много граней, поскольку ни одна из существующих наук не может исчерпывающим образом охарактеризовать его как объект собственных исследований и ни один из существующих социально - экономических институтов не в состоянии самостоятельно решить комплекс его проблем.

Экстремальный туризм, набирает силу во всем мире, особенно в России. Все больше людей стремятся увидеть красоты подводного мира, спуститься по горному склону на лыжах и даже прыгнуть с парашютом. В Европе этот вид туризма начал развиваться быстрыми темпами и стал массовым в конце 1980 х - начале 1990 х гг., а в России, - с середины 1990-х. Несмотря на то, что этот вид туризма из года в год становится все более

популярным, туристы по-прежнему предпочитают популярные виды туризма такие, как экскурсионный, познавательный, пляжный и др.

По нашему мнению, это связано с тем, что большая часть российских туристов не имеет полной информации о видах и направлениях экстремального туризма, о регионах, располагающих ресурсами для организации экстремальных туров. Данная статья посвящена анализу зарубежного опыта, рассмотрению видов экстремального туризма, а также перспективных направлений его развития на территории Российской Федерации [1, с. 106].

Существует несколько походов к определению экстремального туризма. Экстремальный туризм в широком смысле – это один из видов туристического отдыха, в той или иной степени связанный с риском, с экстримом. Однако существуют различные виды профессиональной деятельности или развлечений, связанные с большим риском для здоровья и вообще для жизни в целом. Но то, что является экстримом для одних людей, может быть работой для других. Иногда под экстремальным туризмом понимают отказ от новейших электронных и механических приспособлений, помогающих выжить в путешествиях опасных для жизни.

Существует огромное количество видов экстремального туризма (альпинизм, автомобильный туризм, горный туризм, лыжный туризм, дайвинг, джиппинг, индустриальный туризм, в том числе спелеотуризм, каякинг, пешеходный туризм, рафтинг, автостоп, легкоходство, роупджампинг, мотоциклетный туризм и др.) и с каждым годом их количество растёт.

Рассмотрим наиболее популярные виды экстремального туризма.

Альпинизм – вид спорта и активного отдыха, целью которого является восхождение на вершины

гор. Спортивная сущность альпинизма состоит в преодолении препятствий, создаваемых природой (высота, рельеф, погода) на пути к вершине.

Дайвинг – это плавание под водой с аппаратами, обеспечивающими автономный запас воздуха (или иной газовой смеси) для дыхания под водой от нескольких минут до 12 и более часов, в зависимости от глубины, типа дыхательного аппарата и потребления ныряльщиком газовой смеси.

Рафтинг – спортивный сплав по горным рекам и искусственным гребным каналам на 6-ти, 4-х и 2-местных надувных судах (рафтах).

Роупджампинг – это прыжки с веревкой с высокого объекта при помощи сложной системы амортизации из альпинистских веревок и снаряжения. Прыжки бывают нескольких видов: со свободным падением и без свободного падения (маятник).

Пешеходный туризм – вид экстремального туризма основной целью которого является пешее преодоление группой маршрута по слабопересеченной местности.

Индустриальный туризм – исследование территорий, зданий и инженерных сооружений производственного (не гражданского) или специального назначения, а также любых оставленных (заброшенных) сооружений с целью получения психического и эстетического удовольствия или удовлетворения исследовательского интереса.

Джиппинг – экстремальный вид отдыха и туризма, заключающийся в прохождении туристических маршрутов по бездорожью на автомобилях (джипах и вездеходах) [2, с. 122].

По сравнению с Россией экстремальный туризм в других частях света – в Восточной Азии, в Европе, в Северной Америке – развит в достаточно высокой степени. Жители Европы и особенно Северной Америки относят экстремальный туризм к наиболее популярным видам спорта. Как правило, среди жителей перечисленных стран пользуются популярностью такие экстремальные туристические направления как путешествие в Антарктиду, покорение горы Эверест, посещение зоны отчуждения Чернобыльской АЭС, путешествие в Афганистан, Путь Святого Иакова и многие другие. К тому же доходы у населения этих частей света значительно выше, чем в России, поэтому там экстремальным туризмом могут заниматься почти все желающие [3, с. 20].

В России есть все условия для развития экстремального туризма. Большая часть регионов страны располагает необходимыми ресурсами для занятий данным видом активного отдыха. Наиболее перспективными местами для экстремального туризма в России являются Камчатка, Сахалин, Алтай, Кавказ где сама природа создана для экстрима. В данных районах можно построить множество высококлассных горнолыжных курортов,

есть условия для альпинизма, спелеологии, каякинга, рафтинга, маунтинбайкинга. Если в этих районах решить проблему финансирования развития туристской инфраструктуры, то здесь будет развиваться не только внутренний туризм, но и въездной. Мы убеждены в том, что потенциал данных регионов огромен и данное направление будет востребовано среди туристов из близлежащих стран (Казахстан, Китай, Корея, Монголия, Япония).

Следует отметить, что на территории России уже есть регионы, в которых экстремальный туризм пользуется заслуженной популярностью.

В Анапе любители дайвинга могут насладиться красотами подводного мира Черного моря, а на Таманском полуострове – полюбоваться рифами, местами древних корабельных стоянок, античными якорями и обломками амфор.

На Алтае осуществляется сплав по реке Катунь.

Приэльбрусье – чудесный уголок Кабардино-Балкарской Республики – постоянно привлекает людей, способных оценить великолепие сияющего мира горных вершин и напоенного ароматами трав воздуха. Это современный международный центр туризма, альпинизма и горнолыжного спорта.

Конный туризм представлен на Южном Урале: совершать восхождения по горным тропам намного приятнее верхом на лошади, чем преодолевать те же расстояния пешком.

Последние годы все большей популярностью в России пользуется подледный дайвинг. Подледные погружения проходят, к примеру, на озере Валдай. Там создана специальная программа «Чистые воды монастырей России» [4, с. 45-51].

Также набирает популярность новое экстремальное туристическое направление «Джип-тур к Аральскому морю» (Узбекистан) с ночевкой в палатке на берегу или путешествие в пустыню, где путешественникам предстоит жить в юртах

Аральское море сейчас – это не только испаряющаяся вода и соленый песок. Арал и окружающие его пустыни и города – уникальный район Средней Азии, аналогов которому нет больше нигде на Земле. Арал уменьшился на три четверти и с каждым годом уходит все дальше от поселений и дорог, оставляя за собой труднопроходимую пустыню белого песка, которую называют Аралкум. У этого направления огромный потенциал, который с каждым годом притягивает все больше и больше туристов, особенно из России ввиду своей трагической истории [5].

Обобщая все вышесказанное, можно отметить, что экстремальный туризм – захватывающий вид отдыха, и он с каждым годом привлекает все больше потенциальных туристов, несмотря на свою дороговизну. Однако проблемой, которая так и не решена на сегодняшний день, является обеспечение безопасности туристов при выборе этого направления активного отдыха. По нашему мнению, управление в сфере экстремального туризма должно

быть направлено на обеспечения личной безопасности туристов, осуществление эффективного контроля за качеством и безопасностью услуг туристской индустрии, обеспечения их доступности для разных категорий туристов. В процессе оказания туристских услуг необходимо обеспечить приемлемый уровень риска для жизни, здоровья и имущества туристов при совершении путешествий [6].

Л и т е р а т у р а

1. Дмитриевский Ю. Д. Туристские районы мира: учебное пособие. – Смоленск: СГУ, 2005. - С. 106-110.
2. Бабкин А.В. Специальные виды туризма – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. С.122.
3. Александрова А.Ю. Международный туризм. – М., 2016. – С. 20.
4. Климанова О.А., Тельнова Н.О. Оценка природного и историко-культурного потенциала территорий. – Теоретические и методологические проблемы развития туризма. 2009. № 2. С. 45-51.
5. Туристический портал Средней Азии [Электронный ресурс] – Режим доступа: <http://www.centralasia-travel.com/ru/adventure/4wd/tour-to-aral-sea> (дата обращения 02.05.2017)
6. ГОСТ 32611-2014 Туристские услуги. Требования по обеспечению безопасности туристов.

R e f e r e n c e

1. Dmitrievskij YU. D. Turistskie rajony mira: uchebnoe posobie. – Smo-lensk: SGU, 2005. - S. 106-110.
2. Babkin A.V. Special'nye vidy turizma – Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. S.122.
3. Aleksandrova A.YU. Mezhdunarodnyj turizm. – M., 2016. – S. 20.
4. Klimanova O.A., Tel'nova N.O. Ocenka prirodnoho i istoriko-kul'turnogo potentsiala territorij. – Teoreticheskie i metodologicheskie problemy razvitiya turizma. 2009. № 2. S. 45-51.

5. Turisticheskij portal Srednej Azii [Elektronnyj resurs] – Rezhim dos-tupa: <http://www.centralasia-travel.com/ru/adventure/4wd/tour-to-aral-sea> (data obrashcheniya 02.05.2017)

6. GOST 32611-2014 Turistskie uslugi. Trebovaniya po obespecheniyu bezo-pasnosti turistov.

Komarova M., Torosyan A.

ORGANIZATION OF EXTREME TOURS AS A WAY TO IMPROVE TOURIST ATTRACTIVENESS OF THE REGIONS OF THE RUSSIAN FEDERATION

The article analyzes the development of extreme tourism in the regions of the Russian Federation. The most perspective directions of this type of tourism are determined, both for domestic and for outbound tourism for Russian citizens. We were offered the way of development of an extreme kind of tourism for some of the most attractive regions of Russia.

Keywords: tourist attraction, extreme tourism, potential of region

Комарова М.Е. - к.г.н., доцент Белгородский государственный национальный исследовательский университет.

Торосян А.С. – студент Белгородского государственного национального исследовательского университета.

Komarova M. - Ph.D., Associate Professor Belgorod State National Research University.

Torosyan A. - Student of the Belgorod State National Research University

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 338.482.22

ИССЛЕДОВАНИЕ ПОНЯТИЯ «ПАЛОМНИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ»

Козьякова С.С., Маркевич А.М.

A STUDY OF THE CONCEPT OF «PILGRIMAGE TOURISM»

Kozyakova S., Markevich A.

В статье исследованы подходы к определению религиозный и паломнический туризм, что дало возможность выделить паломнический туризм в отдельный вид и уточнить его понятийный аппарат.

Ключевые слова: паломничество, туризм, религия, религиозный туризм, паломнический туризм, турист, специализированный тур.

Постановка проблемы. Туризм как общесоциальный и мультикультурный феномен, чья многоаспектность рассматривается и изучается многими науками – культурологией, экономикой, социологией, психологией, историей и пр., нуждается в четко разработанном понятийном аппарате. Это представляется с точки зрения автора тем более важным, что туристская проблематика широко представлена и разрабатывается в ряде учебных дисциплин в профильных вузах. Поэтому разночтения и некорректные формулировки не только искажают представления об изучаемой реальности, но и ведут к снижению качества подготовки будущих специалистов в сфере туризма.

Ориентируясь на пробуждение религиозного сознания на территории многих стран, туристические агентства для привлечения клиентов начали активно употреблять по отношению к своим турам малознакомое слово "паломничество". Для понимания дальнейших путей развития паломничества как культурного и религиозного феномена необходимо осознать его глубинное внутреннее различие с туристской деятельностью, особенно в её интерпретации сторонниками идей глобализма. Поэтому, актуальным является сравнение и выявление понятийного аппарата категории "паломнический туризм".

Анализ последних исследований и публикаций. Анализ последних публикаций [4-11] показал, что в современной интерпретации понятие "паломнический туризм" характеризуется как отдельный вид туристической деятельности, имеющей свою специфику: путешествие с целью

приобщения к вере через непосредственное участие в обрядах и религиозных культурах.

Целью работы является исследования понятийного аппарата такого явления общественной жизни, как паломнический туризм.

Актуальность рассматриваемого вопроса обусловлена ростом объемов внутреннего туризма в связи с внешнеполитической обстановкой в мире и необходимостью развития соответствующей инфраструктуры. Кроме того на современном этапе намного возросла роль Русской Православной Церкви в деле объединения славянских народов, оказавшихся в последние десятилетия разделенными. В этом свете роль религиозного туризма трудно переоценить. Он развивается на фоне положительной динамики всей индустрии туризма.

Основные результаты исследования. Туризм представляет собой форму миграции людей, не обусловленную сменой их местожительства или работы. По определению А.Ю. Александровой — крупного специалиста в области туризма, туризм есть совокупность отношений и явлений, которые возникают во время перемещения и пребывания людей в местах, отличных от их постоянного места проживания и работы [1].

Туризм может быть культурно-познавательным, религиозным, развлекательным, деловым, научным, лечебно-оздоровительным, спортивным, экологическим, экзотическим, экстремальным и т.д. В настоящее время в международной практике широко используется определение, выработанное Международной конференцией по статистике путешествий и туризма (Оттава, 1991 г.) и одобренное ВТО и Статистической комиссией ООН. Согласно ему, турист - это посетитель, т.е. «лицо, которое путешествует и осуществляет пребывание в местах, находящихся за пределами его обычной среды, на срок не более 12 месяцев с любой целью, кроме занятия деятельностью, оплачиваемой из источников в посещаемом месте» [1].

Кандидат географических наук, доцент Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова Годор Христов в своих работах выделяет такие разновидности религиозного туризма, как: паломнический туризм и религиозный туризм экскурсионно-познавательной направленности.

Туристом, путешествующим с религиозными целями, является человек, выезжающий за пределы обычной на срок не более года для посещения святых мест и центров религий.

Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды

Паломничество мы можем понимать как странствие людей для поклонения святым местам [6, С.9].

По мнению А.В. Бабкина: "Паломнический туризм - это совокупность поездок представителей различных конфессий с паломническими целями. Паломничество - стремление верующих людей поклониться святым местам" [7, С.18].

В.С. Сенин в своем учебном пособии «Организация международного туризма» считает, что: "**Религиозный туризм** имеет три формы: паломничество, экскурсионные туры по религиозной тематике и специализированные туры, в которых объединяются паломники и экскурсанты" [8, С.52].

Паломничество для христиан - посещение религиозных святынь с целью молитвенного общения, труда и сбора пожертвований на восстановление и развитие монастыря или храма. На Руси это называлось богомольем, а паломничеством считали поездки на Святую Землю для поклонения Гробу Господню, которые организовывало Российско-Палестинское общество. По религиозным канонам паломническая поездка должна продолжаться не менее 10 дней и чаще всего приходится на религиозные праздники.

Экскурсионные туры по религиозной тематике проходят, как правило, за один день и представляют интерес не только для взрослых туристов, но и для детей. Специализированные туры рассчитаны как минимум на три дня с посещением религиозных святынь и архитектурных памятников прошлого. Иногда для организации таких туров необходимо разрешение (благословение) настоятеля монастыря [8].

По мнению Кругловой: "Паломничество имеет значительные отличия от такой сферы деятельности как религиозный туризм. Большинство авторов, пишущих на эту тему, справедливо видят эти различия в области внутренней мотивации к совершению поездок. В отличие от туризма, который предполагает внешнее знакомство, получение знаний о предмете, в том числе

религиозного свойства. Паломничество предполагает внутреннюю вовлеченность. Турист может никак не идентифицировать себя с объектом интереса, паломник принадлежит к той религии, объекты которой он посещает. «Паломничество же осуществляется людьми уже сопричастными определенной религии, определенному верованию» [9].

Главное отличие одного явления от другого, по мнению И. М. Корпусова старшего преподавателя Тверского государственного университета, лежит в области внутренних мотивов. В отличие от туризма, который предполагает внешнее знакомство, получение знаний о предмете, в том числе религиозного свойства, паломничество предполагает внутреннюю вовлеченность. Турист может никак не идентифицировать себя с объектом интереса, паломник принадлежит к той религии, объекты которой он посещает. Понимание этого факта и оснований данных мотивов и целей является важным в сфере организации таких поездок "[10].

Паломнический туризм представляет собой совокупность поездок представителей различных религий с целями поклонения святым местам. Паломник в большинстве случаев - глубоко религиозный человек с уже сложившейся системой ценностей. Идея паломничества подразумевает действия в условиях определенных трудностей, добровольно взятые на себя обязательства быть в этих условиях. Это символизирует готовность человека пожертвовать временным и преходящим материальным во имя вечного духовного. Люди отправляются в паломнические поездки, когда им недостаточно ритуальных действий в местах обычной среды их проживания.

Бликие паломничеству потоки формируются экскурсионным туризмом религиозной тематики. Такие поездки обычно не столь продолжительны, как странствия верующих, рассчитаны на детей и взрослых, организуются в любое время года и не привязаны к культовым праздникам. Если для богомольца важен духовный момент, то турист отправляется в путешествие по Святым местам с культурно-познавательной целью.

В рамках религиозного туризма экскурсионно-познавательной направленности предполагается посещение религиозных центров, в которых туристы-экскурсанты смогут увидеть религиозные объекты - действующие культовые и памятные, побывать в музеях и на выставках. Поэтому религиозный туризм экскурсионной направленности - это путешествие за пределы обычной для туриста среды обитания на срок не более одного года *с целью посещения* святых мест и религиозных центров.

По мнению кандидата географических наук Прокопенко Т.А. "Важнейшей компонентой религиозного туризма является туризм экскурсионной направленности и паломнического типа. В первом случае туристов интересуют

главным образом экскурсии с посещением монастырей, храмов, музеев и выставок. Причем эти туристы могут быть, а могут и не быть приверженцами той религии, объекты которой посещают, а также могут быть вообще людьми нерелигиозными. Следует отметить, что религиозная тематика довольно часто является составляющей комбинированных туров культурно-познавательной направленности. Паломников интересует непосредственное участие в религиозных культах. Социально-психологическая база паломнического туризма уже, чем религиозного. Паломники в основном исповедуют ту религию, святым местам которой они приехали поклониться. Экскурсии, посещение музеев, выставок для них - вторичная, сопутствующая

задача или вообще мало интересны. Религиозные туристы и в первую очередь паломники пускаются в путешествие, когда у них возникает потребность совершить нечто большее, чем обычные культовые действия в условиях обычной среды их проживания. Люди отправляются в поездки по святым местам с разными мотивами помолиться, решить личные проблемы, найти себе подходящую религию, духовную школу и систему ценностей, познакомиться с культурным наследием страны" [11, С.3].

Таким образом, существует много подходов и мнений, определения "паломничество" и "религиозный туризм". Поэтому необходимо провести сравнительный анализ таких понятий (см. табл. 1).

Таблица 1

Сравнительный анализ понятий "религиозный туризм" и "паломнический туризм"

Автор	Источник	Религиозный туризм	Паломнический туризм
Т. Христов	6, С.9	Туристом, путешествующим с религиозными целями, является человек, выезжающий за пределы обычной на срок не более года для посещения святых мест и центров религий. Под религиозным туризмом следует понимать виды деятельности, связанные с предоставлением услуг и удовлетворением потребностей туристов, направляющихся к святым местам и религиозным центрам, находящимся за пределами обычной для них среды	
Бабкин А.В.	7, С.18		совокупность поездок представителей различных конфессий с паломническими целями. Паломничество - стремление верующих людей поклониться святым местам
Сенин В.С.	8, С. 52	три формы: паломничество, экскурсионные туры по религиозной тематике и специализированные туры, в которых объединяются паломники и экскурсанты.	
Круглова И.В.	9, С. 7-9.	получение знаний о предмете, в том числе религиозного свойства.	Паломничество имеет значительные отличия от такой сферы деятельности как религиозный туризм. Большинство авторов, пишущих на эту тему, справедливо видят эти различия в области внутренней мотивации к совершению поездок. В отличие от туризма, который предполагает внешнее знакомство, Паломничество предполагает внутреннюю вовлеченность.
Корпусов И.М.	10	Турист может никак не идентифицировать себя с объектом интереса. внешнее знакомство, получение знаний о предмете, в том числе религиозного свойства, паломничество предполагает внутреннюю вовлеченность.	паломник принадлежит к той религии, объекты которой он посещает
Прокопенко Т.А.	11, С. 3	туристов интересуют главным образом экскурсии с посещением монастырей, храмов, музеев и выставок.	Паломников интересует непосредственное участие в религиозных культах.

Выводы. Анализируя имеющийся понятийный аппарат, можно сделать вывод, что паломнический туризм - это совокупность организованных поездок паломников с целью внутреннего участия в религиозных культурах и поклонения святым местам, находящихся за пределами их обычной среды.

Л и т е р а т у р а

1. Александрова А. Ю. Международный туризм. - М.: Аспект-Пресс, 2004. - 464 с.
2. Бауман З. От паломника к туристу // Социологический журнал, 1995. Том № 4. С. 133-154.
3. Панарин А.С. *Искушение глобализмом*. - М.: ЭКСМО-Пресс, 2002.- 416 с.
4. О паломничестве / Игумен Пахомий (Брусков)// Православие и современность. [Электронный ресурс]/ - Режим доступа: <http://www.pravoslavie.ru/43341.html>
5. Житенёв С.Ю. Основные направления развития религиозного паломничества и туризма и их роль в смягчении проблем социальной напряжённости в российском обществе / Культурологический журнал. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://cr-journal.ru/rus/journals/331.html&j_id=23
6. Христов Т.Т. Религиозный туризм: Учебное пособие. - М.: Издательский центр "Академия", 2005. - 288 с.
7. Бабкин А.В. *Специальные виды туризма* / А.В. Бабкин: Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
8. Сенин В.С. Организация международного туризма: учебник. - М. Финансы и статистика. 2003. - 400 с.
9. Круглова И.В. Религиозный туризм или паломничество // Научный вестник МГИИТ. - 2012. - № 4. - С. 7-9.
10. Корпусов И.М. К вопросу о различении терминов «паломничество» и «религиозный туризм» / И.М. Корпусов [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://sibac.info/conf/innovation/lii/46237>
11. Прокопенко Т.А. Экономико-географический и исторический аспекты развития религиозного туризма (на примере Русской Православной церкви): Автореф. дис. ... канд. географ. наук: 25.00.24; [Место защиты: Кубанский государственный университет]. - К., 2007. - 27 с.

R e f e r e n c e s

1. Aleksandrova A. YU. *Mezhdunarodnyj turizm*. - M.: Aspekt-Press, 2004. - 464 s.
2. Bauman Z. *Ot palomnika k turistu* // *Sociologicheskij zhurnal*, 1995. Tom № 4. S. 133-154.
3. Panarin A.S. *Iskushenie globalizmom*. - M.: ENKSMO-Press, 2002.- 416 s.
4. *O palomnichestve / Igumen Pahomij (Bruskov)// Pravoslavie i sovremennost'*. [Электронный ресурс]/ - Rezhim dostupa: <http://www.pravoslavie.ru/43341.html>

5. Zhitenyov S.YU. *Osnovnye napravleniya razvitiya religioznogo palomnichestva i turizma i ih rol' v smyagchenii problem social'noj napryazhyonnosti v rossijskom obshchestve* / *Kul'turologicheskij zhurnal*. [Электронный ресурс]. - Rezhim dostupa: http://cr-journal.ru/rus/journals/331.html&j_id=23

6. Hristov T.T. *Religioznyj turizm: Uchebnoe posobie*. - M.: Izdatel'skij centr "Akademiya", 2005. - 288 s.

7. Babkin A.V. *Special'nye vidy turizma* / A.V. Babkin: Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. - 252 s.

8. Senin V.S. *Organizaciya mezhdunarodnogo turizma: uchebnik*. - M. Finansy i statistika. 2003. - 400 s.

9. Kruglova I.V. *Religioznyj turizm ili palomnichestvo* // *Nauchnyj vestnik MGIIТ*. - 2012. - № 4. - С. 7-9.

10. Korpusov I.M. *K voprosu o razlichenii terminov «palomnichestvo» i «religioznyj turizm»* / I.M. Korpusov [Электронный ресурс]. - Rezhim dostupa: <http://sibac.info/conf/innovation/lii/46237>

11. Prokopenko T.A. *EHkonomiko-geograficheskij i istoricheskij aspekty razvitiya religioznogo turizma (na primere Russkoj Pravoslavnoj cerkvi): Avtoref. dis. ... kand. geograf. nauk: 25.00.24; [Mesto zashchity: Kubanskij gosudarstvennyj universitet]*. - K., 2007. - 27 s.

Kozyakova S., Markevich A.

A STUDY OF THE CONCEPT OF «PILGRIMAGE TOURISM»

In the article the approaches to definition of religious and pilgrimage tourism, which gave the opportunity to highlight pilgrimage tourism as a separate species and to clarify its conceptual framework.

Key words: *pilgrimage, tourism, religion, religious tourism, pilgrimage tourism, tourist, specialized Tur.*

Козьякова С.С. – к.э.н., доцент кафедры туризма и гостиничного хозяйства ЛНУ имени В.Даля

E-mail: larikova@ukr.net

Маркевич А. – магистрант кафедры Туризм и гостиничное хозяйство Луганского национального университета имени В. Даля

Kozyakova S.S. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Tourism and Hospitality of the LNU named after V. Dahl

E-mail: larikova@ukr.net

Markevich A. - Master of the Department of Tourism and Hospitality of Luhansk National University named after V. Dahl

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 338.48

ИССЛЕДОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ ТУРОВ ВЫХОДНОГО ДНЯ

Негода А.А. Кондрашов С.А.

INVESTIGATION OF FEATURES OF TOURS OF THE WEEKEND

Nehoda A., Kondrashov S.

В статье рассмотрено понятие туров выходного дня, как одного из видов туризма. Определены особенности туров выходного дня, предложено включить семейный тур выходного дня как одно из перспективных направлений развития данного вида туризма.

Ключевые слова: туризм, тур, тур выходного дня, рекреация, время, услуга, природа.

Актуальность. В настоящее время существует необходимость выявления все новых и новых туристских направлений. Все более актуальными становятся туры выходного дня, так как не хватает времени на отдых, а данный тур предоставляет возможность отлично отдохнуть, разнообразить трудовые будни, и хорошо провести время. Данный тур набирает популярность среди всего населения, особенно у деловых людей. Цель тура выходного дня это оказание комплекса качественных туристических услуг направленных на реабилитацию людей после рабочей недели. Важно проанализировать влияние похода на реабилитацию людей после рабочей недели, анализируя сущность походов выходного дня как явления в жизни человека. Определить функции похода выходного дня, выбор района и комплектование группы.

После рабочей недели у человека нередко наблюдается упадок сил, эмоциональное и физическое напряжение, снижение двигательной активности, состояние стресса и даже депрессии. Освобождение человека от чувства усталости путем контрастной смены обстановки и вида деятельности основная задача похода выходного дня [5.; с. 216].

Согласно Дуровича А. П сущность туров выходного дня как явления в жизни человека, выражается в его функциях: «спортивная» - восстановление физического тонуса и работоспособности, укрепление мышц, развитие выносливости и т.д.; «эмоциональная» - повышение настроения, улучшение психоэмоционального состояния; «экологическая» - экологическая не вредность, приобщение человека к природе и бережное отношение к ней; «социальная» - развитие навыков общения и взаимопомощи в группе в

условиях природы, организаторских способностей; «познавательно-развивающая» - изучение рекреационных (исторических, религиозных, природных) достопримечательностей местности, культурное развитие и т.д [7]. Поэтому вопрос выявления особенностей туров выходного дня и технологии создания рекреационных программ выходного дня является актуальным и требует дальнейшего исследования.

Целью данной статьи является исследования особенностей тура выходного дня.

Туры выходного дня захватывают 2-3 дня отдыха, один из которых может быть пятница. Изначально туры выходного дня были разработаны для деловых людей у которых просто не хватает времени на отпуск, которым сложно вырваться, не говоря уж о полноценном уж о полноценном месячном отпуске [12 с. 3].

Отечественными учеными выделяются три вида тура выходного дня:

1) познавательные туры - не зависят от возрастной принадлежности туристов, а только от их круга интересов. Тур выходного дня является организованной поездкой на короткое время (2-3 дня) с целью посещения каких либо регионов, местности, центров туризма для ознакомления с памятниками природы, истории, культуры, быте и традициям местного населения. Поэтому при разработке уделяется внимание данным вопросам.

В своей работе Лукьянова А.Г выделяет три разновидности познавательных туров:

-стационарные туры - с пребыванием туристов в одном городе, туристском центре;

-маршрутные туры - посещение нескольких населенных пунктов и центров достопримечательностей, выстроенное в виде маршрута путешествия.

-развлекательные туры (основа туров выходного дня). Основная их цель, естественно, - развлечение во время туристской поездки. Развлекательные туры все, как правило, имеют непродолжительный срок проведения. Их продолжительность составляет обычно 2-4 дня [8].

Развлекательные туры могут быть двух разновидностей: периодические или разовые туры, регулярные или постоянно действующие.

Периодические или разовые туры организуются на праздники (рождественские туры), во время каникул, на традиционные фестивали (Венецианский в Рио-де-Жанейро) или могут быть приурочены к каким-то разовым событиям или мероприятиям.

Регулярные или постоянно действующие туры организуются к специально созданным местам постоянно действующих развлечений (Диснейленд или другие тематические парки, казино в Лас-Вегасе (США) и в Сан-Сити (Южная Африка)); другие более мелкие или менее известные места развлечений привлекающие туристов.

2) экологические туры – организованные поездки на короткое время, которая направлена на посещение относительно не тронутых антропогенным воздействием природных территорий (национальные парки, заповедники, заказники). Данный вид туров может быть также периодическим и регулярным

3) деловой туризм – организационные поездки с деловыми целями на короткое время которые могут включать организацию корпоративных мероприятий.

Рекреационная программа выходного дня состоит комплекса основных дополнительных услуг. К основным относятся: проживание, питание, транспортные услуги. К дополнительным: программа обслуживания на маршруте, досугово-развлекательные услуги, спортивные программы, экскурсионное обслуживание.

Так же рекреационная программа тура выходного дня содержит комплекс сопутствующих услуг:

- услуги по обеспечению безопасности на туристских маршрутах;
- предоставление информационных материалов, туристских схем, описаний маршрутов, естественных препятствий;
- услуги по обучению специальным туристским навыкам;
- консалтинговые услуги, включающие вопросы организации рекреационных походов и обеспечения безопасности на туристских маршрутах и др [1].

Из комплекса этих услуг формируется программа обслуживания туристов. С точки зрения программного обслуживания туристские программы - это всегда тематическая направленность. В зависимости от тематики тура составляется определенный набор услуг, который зависит от цели путешествия и уровня заказанной комфортности. При этом программа состоит из основных услуг, соответствующих цели путешествия, а также услуг, дополняющих и сопутствующих [8; с. 21].

Каждый вид тура в зависимости от программы имеет особую специфику организации обслуживания туристов, распределения времени и предоставления услуг, технологии обслуживания туристов. При этом программа обслуживания строится исходя из основной цели путешествия. При всем разнообразии вариантов программ соблюдается принцип "Цель путешествия - тип тура".

Если не выполняется этот основополагающий принцип организации тура, составления программы, то работа обречена на провал, даже состоящая из высококачественных услуг высшей категории, так как турист считает качественным обслуживание только тогда, когда цель его путешествия выполнена. Если же он ее не достиг (скажем, ехал поправить здоровье, а попал в горный поход), то впечатления его отрицательны. Следовательно, спрос на такое туристское обслуживание падает. То же касается и безликих программ, составленных из услуг различной направленности и тематики и не отвечающих потребностям того или иного сегмента потребителей. Любая программа обслуживания должна быть сориентирована на конкретного потребителя и соответствовать его целевым мотивам [10; с. 298].

В числе параметров для дифференциации программ туристского отдыха и путешествий могут быть выделены:

основные виды рекреационной деятельности (рекреационные занятия, циклы и системы занятий); основные группы населения, на которые рассчитаны программы;

степень ориентации и зависимости от материально-технической базы, рекреационных ресурсов и туристской инфраструктуры;

пространственно-временная локализация, социально-функциональная направленность (оздоровление, общение, познание).

Программное обслуживание в первую очередь использует мотивы и стремления клиентов. Естественно, что не все они могут быть отчетливо сформулированы и определены. Поэтому при их описании необходимо придерживаться несколько условной классификации, основанной на мотивации туристов при выборе того или иного вида отдыха или путешествия [11; с. 164].

Исследовав виды туров выходного дня можно включить семейный тур выходного дня как один из перспективных направлений развития данного вида тура.

Семейный туризм – это прекрасная форма проведения совместной деятельности, общения. Безусловно, семейный туризм способствует укреплению семьи, что немаловажно [2 с. 202].

Особенностью семейного туризма является то, что отдыхающие располагаются семьями в домике или отдельном номере. В описании каждой путевки можно увидеть возраст детей, приезжающих на турбазу или в отель. Направлять на отдых или брать

с собой детей младше указанного в путевке возраста строго запрещено [3.;с.11].

Целью семейного тура выходного дня является разработка полностью организованного отдыха, способствующего укреплению семьи и общению, которого ее члены часто лишены в повседневной жизни [9 с. 206].

Семейный туризм имеет целый ряд компонентов: физкультурно-оздоровительный, эмоционально-психологический, эстетический, воспитательный, познавательный и прикладной.

Семейные туры выходного дня могут иметь 3 формы:

- рекреативный семейный отдых-туризм, пешие и автомобильные походы;
- спортивный семейный отдых (эстафеты, массовые забеги, пляжные турниры и тд.);
- семейные сеансы в кинотеатрах, концертах[4.;с 208].

Также семейные туры имеют свою целевую аудиторию:

- молодые, не состоящие в браке;
- молодые семьи без детей;
- молодые семьи с детьми;
- семьи старшего возраста без детей;
- семьи старшего возраста с детьми;
- пожилые семьи.

Мотивы туристов при выборе путешествия могут быть самыми разнообразными и зависят от многих факторов. Среди них, конечно же, и возраст, и уровень доходов туристов, и национальные особенности, и даже мода. Однако среди всего многообразия мотивов специалисты выделяют наиболее типичные, присутствующие у большинства потребителей на большинстве туристских рынков. На них обычно основываются стандартные программы обслуживания, распространенные во всем мире. При выборе программы важны также экономические соображения, территориально-климатические и многие другие[6.;с. 52]

На основе проведенного исследования можно выделить особенности тура выходного дня:

- 1) ограниченная продолжительность тура (отдыха), как правило, 2-3 дня;
- 2) тур создается как для группы туристов, так и для одного потребителя (социальный статус учитывается при групповом туре);
- 3) содержит рекреационную программу которая состоит из основных ,дополнительных и сопутствующих услуг;
- 4)ограниченная отдаленность места отдыха и места проживания туристов;
- 5)ценовая доступность тура выходного дня;
- 6)сезонность.

При исследовании особенностей туров выходного дня было предложено включить семейный тур выходного дня как одно из

перспективных направлений развития данного вида туризма.

Л и т е р а т у р а

- 1.ГОСТ Р 53522 - 2009 Туристские и экскурсионные услуги.
2. Абрамова, Г.С. Возрастная психология [Текст] / Г.С. Абрамова // .
3. Биржаков, М.Б. Введение в туризм [Текст] / М.Б. Биржаков – М.: 2001. – 283с.
- 4.Богатырева, Е.Г. Корпоративный отдых; Туризм и отдых [Текст] / Е.Г. Богатырева М.: 2004. – 360с.
- 5.Верба И.А. Туризм в школе: Книга руководителя путешествия [Текст] / И.А. Верба – М.: Физкультура и спорт, 1983. – 160с.
- 6.Гуляев, В.Г. Организация туристической деятельности [Текст] / В.Г. Гуляев. Учебное пособие. - М.: Нолидж, 2006. - 346 с.
7. Дурович, А. П. Маркетинг в туризме [Текст] / А.П. Дурович., А. С. Копанев – М.: Выш.школа., 1998. – с. 98-101.
8. Лукьянова, Л.Г. Рекреационные комплексы: Учеб. пособие [Текст] / К.: Вища шк., 2004. - 346 с.
9. Стратегический менеджмент в международном туризме [Текст] : обл. журнал / учредитель ООО «РГУТиС». Самара, 2010 - . - Ежемес.
10. Сенин, В.С. Введение в туризм [Текст] / В.С. Сенин – М.: Наука, 1993. - 483с
11. Ткачева, Т.Н. Рынок туристских услуг России [Текст] / Т.Н. Ткачева М.: – 1996 - №11.
- 12..Хилл, П. Навыки альпинизма: Курс тренировок [Текст] / П. Хилл – М.: ФАИР-ПРЕСС. – 2005. – 192с.

References

- 1.GOST R 53522 - 2009 Turistskiye i ekskursionnyye uslugi.
2. Abramova, G.S. Vozrastnaya psikhologiya [Tekst] / G.S. Abramova // .
3. Birzhakov, M.B. Vvedeniye v turizm [Tekst] / M.B. Birzhakov – M.: 2001. – 283s.
- 4.Bogatyreva, Ye.G. Korporativnyy otdykh; Turizm i otdykh [Tekst] / Ye.G. Bogatyreva M.: 2004. – 360s.
- 5.Verba I.A. Turizm v shkole: Kniga rukovoditelya puteshestviya [Tekst] / I.A. Verba – M.: Fizkul'tura i sport, 1983. – 160s.
- 6.Gulyayev, V.G. Organizatsiya turisticheskoy deyatel'nosti [Tekst] / V.G. Gulyayev. Uchebnoye posobiye. - M.: Nolidzh, 2006. - 346 s.
7. Durovich, A. P. Marketing v turizme [Tekst] / A.P. Durovich., A. S. Kopanev – M.: Vysh.shkola., 1998. – s. 98-101.
8. Luk'yanova, L.G. Rekreatsionnyye komplekсы: Ucheb. posobiye [Tekst] / K.: Vishcha shk., 2004. - 346 s.
9. Strategicheskiy menedzhment v mezhdunarodnom turizme [Tekst] : obl. zhurnal / uchreditel' ООО «RGUTiS». Samara, 2010 - . - Yezhemes.
10. Senin, V.S. Vvedeniye v turizm [Tekst] / V.S. Senin – M.: Nauka, 1993. - 483s
11. Tkacheva, T.N. Rynok turistskikh uslug Rossii [Tekst] / T.N. Tkacheva M.: – 1996 - №11.
- 12..Khill, P. Navyki al'pinizma: Kurs trenirovok [Tekst] / P. Khill – M.: FAIR-PRESS. – 2005. – 192s

Nehoda A., Kondrashov S.
INVESTIGATION OF FEATURES OF TOURS OF THE WEEKEND

The article deals with the concept of weekend tours as one of the types of tourism. Specific features of weekend tours are suggested, it is proposed to include a family weekend tour as one of the promising directions for the development of this type of tourism.

Keywords: *tourism, tour, weekend tour, recreation, time, service, nature*

Негода Анна Анатольевна – старший преподаватель кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля .

E-mail: anya.negoda@mail.ru

Кондрашов Сергей Александрович – студент 4 курса кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля.

Nehoda A – senior lecturer of Tourism and Hospitality Department of Luhansk national university Vladimir Dahl

E-mail: anya.negoda@mail.ru

Kondrashov S. - Student of 4 course of Tourism and Hospitality Department of Luhansk national university Vladimir Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 338.48

ОСОБЕННОСТИ ТЕХНОЛОГИИ РАЗРАБОТКИ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО МАРШРУТА ДЛЯ СЕМЕЙНЫХ ТУРИСТОВ

Негода А.А. Тонапетян А.Г.

PECULIARITIES OF THE TECHNOLOGY FOR DEVELOPMENT OF THE HEALTH ROUTE FOR FAMILY TOURISTS

Nehoda A., Tonapetyan A.

В данной статье дано определения понятия оздоровительного туризма, рассмотрены особенности предоставления услуг питания, гостиничных, экскурсионных услуг, особенность разработки программы тура для семейных туристов

Ключевые слова: тур, маршрут, оздоровления, питания, экскурсия, здоровье.

Актуальность. В моду входят здоровый образ жизни, активный отдых людей среднего возраста. По мнению экспертов, потребители такого типа будут главными клиентами санаторных курортов и гарантировать лечебно-оздоровительному туризму процветания в XXI в. В последнее время рынок лечебно-оздоровительного туризма претерпевает изменения. Традиционные санаторные курорты перестают быть местом лечения и отдыха лиц старшего возраста и становятся полифункциональными оздоровительными центрами, рассчитанными на широкий круг потребителей.

Цель статьи выявить и изучить особенности технологии разработки оздоровительного маршрута для семейных туристов.

Оздоровительный туризм - путешествия в какую-либо местность с благоприятными для здоровья природно-климатическими условиями с целью лечения и отдыха. [1]

В мире выделяют 4 типа курортов:

1. Бальнеологические (главным лечебным фактором используются природные минеральные воды);

2. Грязевые (привязанные к месторождениям лечебных грязей);

3. Климатические (лесные, горные, приморские);

4. Переходные – используются сразу несколько природных лечебных факторов.[2]

Курортно-оздоровительный туризм имеет ряд отличительных черт:

1. Пребывание на курорте должно быть не менее 21 дня, иначе лечение окажется не эффективным;

2. Лечение на курортах довольно дорого, следовательно, оно рассчитано в основном на богатых клиентов или на больных, за которыми оплачивает государство или предприятия;

3. На курорт едут в основном люди старшего возраста, которые делают свой выбор между курортами, специализированными на лечении конкретных заболеваний, и курортами смешанного типа, которые способствуют общему восстановлению сил;

4. Средства размещения должны располагаться в экологически-чистом районе, а так же в естественном или искусственном лесном массиве;

5. Обязательное наличие оборудованных медицинских и жилых корпусов;

6. Специально-подготовленный персонал;

7. Наличие спортивных комплексов, площадок для занятия физкультурой и спортом;

8. Хорошая транспортная доступность;

9. Большой перечень дополнительных услуг, в том числе анимации.

Развитие туристического бизнеса в условиях рынка может быть осуществлена при наличии четырех основных составляющих: капитала; технологии; кадров; туристских ресурсов.

Программы лечебно-оздоровительных туров разнообразны, однако существуют общие специфические требования к организации именно таких туров. Готовя туристский продукт, необходимо помнить, что это делается для людей, желающих отдохнуть и поправить свое здоровье. Поэтому необходимо спланировать и создать такой маркетинг-микс туристского продукта, который позволит наиболее успешно удовлетворить нужды и запросы клиентов во время оздоровительного отдыха. Программы оздоровительных туров строятся с учетом того, что приблизительно половину времени необходимо уделять на лечебно-оздоровительные процедуры.

Экскурсионная программа не должна быть слишком насыщенной. При организации досуговых программ необходимо отдавать предпочтение более здоровым мероприятиям типа конкурсов, вечеров,

викторин и т.д., а также занятиям по интересам, позволяющим разнообразить досуг. Допускаются спортивные программы в виде необременительных прогулок-походов по окрестностям, несложных спортивных соревнований, занятий по аэробике, шейпингу, плаванию в море или бассейне и др. При этом рекомендуется создавать в курортных местностях, тяготеющих к семейному отдыху, курортно-туристские комплексы, позволяющие здоровым членам семьи заниматься спортом, туризмом, а нуждающимся в лечении лечиться и отдыхать.

Питание на оздоровительных турах должно иметь ассортимент блюд, соответствующий той или иной диете, ранее прописанной врачом-диетологом. Также, продукты должны быть свежими, блюда - вкусными и полезными и также эстетичными.

Для организации оздоровительных туров используются удобные, комфортабельные гостиницы, пансионаты, санатории и др. расположенные в тихих озелененных районах, желателен вблизи естественных или искусственных водоемов.

Не допускается, как правило, совместное проведение оздоровительных и деловых туров, т.к. они по ритму противоречивы и отрицательно сказываются на качестве друг друга.

В свою очередь персонал должен быть эрудированным, знать и быть ответственным за свое дело. Уделяется много времени по отбору персонала, проводятся различные тренинги, семинары по повышению квалификации персонала, а в последнее время стало одним из основных обучение персонала иностранным языкам. Изучение иностранных языков является одним из главных моментов при подготовке специалиста по туризму. Особенно можно выделить обучающий технический навык как организация банкетов, специальных рекламных мероприятий, презентаций. Это позволяет выйти на новый уровень обучения, т.е. рабочие кадры могут работать не только на российском рынке, но и на западном, что говорит о качественном уровне подготовки.

Согласно вышесказанному, можно сделать вывод о том, что оздоровительный туризм очень важен для человека. Во-первых, это не только развлекательный, но и познавательный вид деятельности («смена обстановки» влечет за собой изучение новой культуры, новых традиций, истории). Во-вторых, это профилактика и лечение

здоровья, посещение различных водных источников, грязелечения и др. виды оздоровления. Благоприятные природно-климатические условия сопутствуют выздоровлению человеческого организма. Для этого необходимо беречь и сохранять нетронутые участки природы, ценных для науки, экономики, культуры.

Л и т е р а т у р а

1. Кусков А.С., Лысинова О.В. Курортология и оздоровительный туризм. Ростов н/Д: Феникс 2004.
2. Курортное дело. Под ред. Витетнева А.М., Журавлевой Л.Б – М.: КноРус 2006.

R e f e r e n c e s

1. Kuskov A.S., Lysinova O.V. Kurortologiya i ozdorovitel'nyy turizm. Rostov n/D: Feniks 2004.
2. Kurortnoye delo. Pod red. Vitetneva A.M., Zhuravlevoy L.B – M.: KnoРус 2006.

Nehoda A., Tonapetyan A. PECULIARITIES OF THE TECHNOLOGY FOR DEVELOPMENT OF THE HEALTH ROUTE FOR FAMILY TOURISTS

In this article, the definition of the concept of health tourism is given, the features of the provision of food services, hotel, excursion services, the peculiarity of the development of the tour program for family tourists

Key words: *tour, route, health improvement, nutrition, excursion, health.*

Негода Анна Анатольевна – старший преподаватель кафедры Трзм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля
E-mail: anya.negoda@mail.ru

Тонапетян Арутюн – студент 4 курса кафедры Трзм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Nehoda A – senior lecturer of Tourism and Hospitality Department of Luhansk national university Vladimir Dahl
E-mail: anya.negoda@mail.ru

Tonapetyan A. - Student of 4 course of Tourism and Hospitality Department of Luhansk national university Vladimir Dahl

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 383

ПРИРОДНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ВИДЫ ТУРИЗМА КАК ОДИН ИЗ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ВИДОВ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Рожкова Л.А., Литовченко О.Н.

NATURALLY-ORIENTED KINDS OF TOURISM AS ONE OF THE PERSPECTIVE TYPES OF TOURISM DEVELOPMENT V LUGAN PEOPLE'S REPUBLIC OF

Rozhkova L., Litovchenko O.

Целью статьи является изучение состояния и перспективы развития природно-ориентированных видов туризма как одного из перспективных видов развития туризма в Луганской Народной Республике. Представлены основные виды экологического туризма и его социально-экономическая сущность. Отмечены преимущества такого вида туризма.

Ключевые слова: туризм, природно-ориентированный туризм, экотуризм, туристские ресурсы, природные ресурсы.

Актуальность. Природные ресурсы являются главным фактором, имеющим влияние на развитие природно-ориентированных видов туризма и туризма на территории области в целом. Сейчас с развитием туристского предпринимательства, в Луганской Народной республике требуется более пристальное отношение к поиску туристских возможностей района, детализация оценки потенциала. Недостаточное и нерациональное использование туристских возможностей территории, а также растущие потребности населения в отдыхе на природе в пределах своего региона стимулируют поиск новых подходов к планированию туристской деятельности. В связи с этим необходимым является проведение исследования, нацеленного на выявление возможностей развития природно-ориентированного туризма как одного из наиболее востребуемых и социально ориентированных в Республике.

Цель статьи – показать перспективы развития природно-ориентированного туризма.

Природно-ориентированный туризм представляет собой совокупность разнообразных видов, форм и способов путешествий и отдыха осуществляемых преимущественно в природной среде, для которых главным туристским ресурсом является природа, а целью – пребывание в природной среде, получение новых впечатлений, положительных эмоций от общения с природой,

использование естественных препятствий для достижения спортивных результатов, познание природы и ее объектов.

Анализ исследований и публикаций. По мнению А.С Кускова природно-ориентированные виды туризма – это любой вид отдыха, рекреации, путешествия, тесно связанный с нахождением в слабоизмененной естественной среде [5. с. 10].

Похожее по содержанию определение предложил В.П. Расковалов. Согласно этому автору природно-ориентированный туризм - это любой вид отдыха путешествий, осуществляемых непосредственно в малоизмененной естественной природной среде, вне техногенных ландшафтов.

Изучением природно-ориентированных видов туризма занимались так же: А.Б. Косолапов, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова. [2]

О.И. Пронина изучала в своих работах понятие, классификацию и проблемы спортивно-оздоровительного туризма.

Так же изучением спортивно-оздоровительного туризма занимались Ю.Н. Федотов, И.Е. Востоков, они написали учебник «Спортивно-оздоровительный туризм».

С.К. Волков занимается изучением сельского туризма, в частности рассматривает тенденции его развития, перспективы.

Среди широких трактовок термина «экологический туризм» одним из удачных является определение, сформулированное И.В. Зориным и В.А. Квартальновым в «Толковом словаре туристских терминов» в 1994 г. Авторы считают, что «экологический туризм – туризм, ориентированный на прямое использование более или менее «дикой» природы как среды обитания туристов на основе внедрения экологических технологий во все компоненты тура. Экологический туристский продукт минимизирует ущерб окружающей среде и имеет воспитательное и рекреационное значение»[3].

Среди отечественных трактовок экотуризма принято считать наиболее удачными предложенная Г.С. Гужиным, М.Ю. Беликовым и Е.В. Клименок в 1997 г., такая: «В основе экотуризма лежит забота об окружающей среде. На первый план выходит организация поездок с ограниченным числом участников в природные зоны с возможным посещением мест, представляющих культурный интерес с целью реализации различных проектов охраны и рационального использования природных ресурсов».

В.Н. Пресняков и М.А. Жулина считают этнический и этнографический туризм синонимами. В советское время термин «этнический» туризм не использовался, было распространено понятие «этнографический» туризм (связанное с наукой «этнографией»), который и сейчас употребляем в научной среде. В иностранной литературе В. Смит отделяет этнический туризм от культурного и исторического. Н.Ю. Святоха, И.Ю. Филимонова занимаются изучением этнического туризма, в частности ними была написана статья «Подходы к классификации этнического туризма», в которой подробно рассмотрели данный вид туризма.

Обычно под природно-ориентированным видом туризма подразумевают экологический туризм, сельский, спортивно-оздоровительный и этнический туризм.

Выделяют четыре вида экотуризма: научный туризм, туры истории природы, приключенческий туризм, путешествия на особо охраняемые природные территории.

Научный туризм - туристы участвуют в исследованиях природы, ведут полевые наблюдения. Туристскими дестинациями в таких турах выступают особо охраняемые природные территории: заповедники, заказники, национальные парки, памятники природы.

Туры истории природы - это путешествия познания окружающей природы и местной культуры. Как правило, такие туры учебные, научно-популярные и тематические экскурсии. Часто организовываются в заповедниках и национальных парках.

Приключенческий туризм - путешествия связанные с активными способами передвижения и отдыха на природе, имеющий целью получения новых ощущений и впечатлений. Сюда относятся такие виды туризма, как альпинизм, скалолазание, ледолазание, спелеотуризм, горный и пешеходный туризм, водный, лыжный и горнолыжный туризм, каньонинг, конный туризм, маунтбайк, дайвинг, парапланеризм. На данный момент это самый быстро развивающийся, доходный и дорогостоящий вид экотуризма.

Путешествия на особо охраняемые природные территории - национальные и природные парки, заповедники. Высокая аттрактивность уникальных и экзотичных природных объектов и явлений, привлекают множество туристов[4].

Сельский туризм — это вид туризма, который предполагает временное пребывание туристов в сельской местности с целью отдыха и участия в сельскохозяйственных работах. Сектор туристской индустрии, ориентированный на использование природных, культурно-исторических и других ресурсов сельской местности и её особенностей для создания комплексного туристского продукта.

Спортивно-оздоровительный туризм по своему существу не является сферой услуг, а это в достаточной мере самостоятельная и социально-ориентированная сфера и образ жизни значительной прослойки общества, для которой самодетельный туризм является эффективным способом для физического оздоровления, развития нравственности и самосовершенствования человека, воспитания трепетного отношения к природе и культурному наследию, взаимопонимания и взаимного уважения между народами и нациями[7].

Этнический туризм – это путешествие «в народ»; одно из перспективнейших направлений туризма; вид отдыха, при котором происходит знакомство с обычаями, традициями, обрядами, архитектурой, народными костюмами и праздниками, культурой и языком той или иной этнографической группы населения.

На территории Луганской Народной Республики находятся заповедники, заказники и памятники природы.

Заповедники — участок территории (акватории), на котором сохраняется в естественном состоянии весь его природный комплекс, а охота запрещена. Кроме того, на территории заповедника запрещена любая хозяйственная деятельность человека, а земли навечно изъяты из любых форм пользования.

Луганский природный заповедник располагается на территории Свердловского района («Провальская степь»). 15 видов растений, произрастающих в заповеднике и 28 видов животных, проживающих на территории заповедника, занесены в Европейский красный список. 41 вид растений, произрастающих в заповеднике и 102 вида животных, проживающих на территории заповедника, занесены в Красную книгу. 4 вида растений и около 200 видов животных охраняются согласно Бернской конвенции.

Заказники — охраняемая природная территория, на которой (в отличие от заповедников) под охраной находится не природный комплекс, а некоторые его части: только растения, только животные, либо их отдельные виды, либо отдельные историко-мемориальные или геологические объекты.

В Республике находится общезоологический заказник Иллирийский, Гераськовский, Перевальский, ландшафтный заказник Молодогвардейский, Краснянское водохранилище, Самсоновский завод, Миус, Боково-Платово.

Памятники природы – это уникальные, невосполнимые, ценные в экологическом, научном, культурном и эстетическом отношении природные комплексы, а также объекты естественного и искусственного происхождения

Территория Луганской Народной Республики области обладает также ботаническими памятниками природы - Анновский лес, Вековая липа, Двухсотлетние дубы, Провальский дуб, Селезневская балка. Из геологических памятников природы преобладают Киселевские оголения, Юрьевский, Балка безыменная, Балка Кривенький яр, Балка Длинная, Менчикуревский разрез, Марьин стримчак, Королевские скалы.

Выездной туризм на данный момент является преобладающим на территории Республики. При разработке туристических маршрутов не берутся в учет особенности туристических ресурсов, что негативно сказывается на привлечении туристов. Для того, чтобы вывести туризм в области на новый уровень необходимо определить факторы, которые имеют влияние на развитие внутреннего туризма, провести детальный анализ туристических возможностей территории, определить возможности территории, как той, что привлекательна для туристов. На территории области находятся уникальные геологические, гидрогеологические, физико-географические и биологические объекты. Это свидетельствует о том, что в Луганской Народной Республике высокого уровня развития может достигнуть природно-ориентированный туризм. Создание туров по заповедникам повлечет за собой развитие туризма. Высокого уровня развития может достигнуть сельский туризм, на территории области есть множество сёл со своей самобытной культурой. Спортивный туризм также можно развивать на территории Республики особенно конный и скалолазание, для этого есть все необходимое.

Развитие туризма повлечет за собой экономический рост и позволит развивать за счёт финансового притока получаемого от туризма и другие сферы. Главное – не должно быть негативного влияния на природу, туризм должен быть под контролем.

Литература

1. Биржаков М.Б. Введение в туризм. – М.: Невский фонд, 2006.
2. Гуляев В.Г. Туризм: экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003.
3. Колотова Е.В. Рекреационное ресурсоведение: Учебное пособие для студентов, обучающихся по специальности “Менеджмент”. - М., 1999. – 131 с.
4. Колбовский Е.Ю. Экологический туризм и экология туризма: учебное пособие. – М.: Академия, 2006.

5. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. Учебно-методический комплекс. - М.: МПСИ, Флинта, 2005. - 496 с.

6. Степи под охраной. URL: <http://savesteppe.org>.

7. Федотов Ю.Н., Востоков И.Е. Спортивно-оздоровительный туризм: Учебник. М.: Советский спорт / Ю.Н. Федотов, И. Е. Востоков. — ГАФК им П.Ф. Лесгафта, 2008.

References

1. Birzhakov M.B. Vvedeniye v turizm. – M.: Nevskiy fond, 2006.
2. Gulyayev V.G. Turizm: ekonomika i sotsial'noye razvitiye. – M.: Finansy i statistika, 2003.
3. Kolotova Ye. V. Rekreatsionnoye resursovedeniye: Uchebnoye posobiye dlya studentov, obuchayushchikhsya po spetsial'nosti “Menedzhment”. - M., 1999. – 131 s.
4. Kolbovskiy Ye.YU. Ekologicheskij turizm i ekologiya turizma: uchebnoye posobiye. – M.: Akademiya, 2006.
5. Kuskov A.S., Golubeva V. L., Odintsova T. N. Rekreatsionnaya geografiya. Uchebno-metodicheskij kompleks. - M.: MPSI, Flinta, 2005. - 496 s.
6. Stepi pod okhranoy. URL: <http://savesteppe.org>.
7. Fedotov YU.N., Vostokov I.Ye. Sportivno-ozdorovitel'nyy turizm: Uchebnik. M.: Sovetskij sport / YU.N. Fedotov, I. Ye. Vostokov. — GAFK im P.F. Lesgafta, 2008.

Rozhkova L., Litovchenko O.

NATURALLY-ORIENTED KINDS OF TOURISM AS ONE OF THE PERSPECTIVE TYPES OF TOURISM DEVELOPMENT V LUGAN PEOPLE'S REPUBLIC OF

The aim of the article is to study the state and prospects for the development of nature-oriented types of tourism as one of the promising types of tourism development in the Luhansk People's Republic. The main types of ecological tourism and its socio-economic essence are presented. The advantages of this kind of tourism are noted.

Key words: *tourism, nature-oriented tourism, ecotourism, tourist resources, natural resources.*

Рожкова Л.А. – старший преподаватель кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Литовченко О.Н. – студентка 4 курса специальности Туризм, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Rozhkova L.A. - Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dahl

Litovchenko O.N. - 4th year student of the specialty Tourism, Lugansk National University named after Vladimir Dahl

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 338

ОЦЕНКА ТУРИСТСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ЛУГАНСКОЙ ОБЛАСТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА НА ОСНОВЕ ПРИРОДНЫХ И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИХ РЕСУРСОВ

Рожкова Л.А., Лыгун И.А.

EVALUATION OF TOURIST POTENTIAL OF THE LUHANSK REGION: PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT BASED ON NATURAL AND CULTURAL AND HISTORICAL RESOURCES

Rozhkova L., Lygun I.

В статье рассматриваются перспективы развития туризма на основе природных и культурно-исторических ресурсов. Анализируется оценка туристского потенциала Луганской области. В статье раскрыта сущность понятия «туристские ресурсы». Установлено, что формирование понятия «туристские ресурсы» заключается в определении их через объекты туристского интереса и потребности, удовлетворяемые с использованием данных ресурсов.

Ключевые слова: туризм, природные ресурсы, культурно-исторические ресурсы, туристический потенциал.

Туристские ресурсы представляют собой основу для развития туризма на любой территории и нуждаются в систематизации – учете с целью определения туристского потенциала территории, планирования ее экономического развития. Они различны между собой, это объясняется тем, что в качестве ресурсов могут выступать объекты самой различной природы – естественные, техногенные, исторические, культурные, материальные и нематериальные и т.д. Эта особенность делает процесс классификации туристских ресурсов многоступенчатым и сложным.

Как правило, туристические ресурсы определяют формирование туристической деятельности в том или другом регионе. В нашем случае данным регионом является Луганская область. Ресурсы в свою очередь играют определенную роль в выборе туристического продукта, имея такие свойства как: доступность, пейзаж и хорошее экологическое состояние района, привлекательность, благоприятный климат, экскурсионную значимость, природные и культурно-исторические ресурсы.

Реализация развития туристической индустрии в условиях рынка возможна при наличии четырех основных составляющих: капитала; технологии; кадров; туристских ресурсов.

Помимо экономического эффекта туризм имеет и большое социальное значение, выраженное в рационализации использования свободного времени, заполнении его деятельностью, направленной на восстановление и расширенное воспроизводство духовных и физических сил человека. Его развитие усиливает ориентацию экономики на человеческие потребности.

Туризм занимает одно из первых мест в мировой экономике. В некоторых странах он является основной статьёй национального дохода. По прогнозам аналитиков, в XXI в. туризм будет одной из наиболее перспективных сфер мировой экономики по устойчивости темпов развития. Также является одним из наиболее важных источников создания рабочих мест. В некоторых странах в этой отрасли задействованы до 10 % всей рабочей сферы.

Так как туристическая деятельность это многоаспектное явление оно выполняет большое количество функций, которые можно подразделить на несколько больших групп. Например: социально-гуманитарные, социально-экономические функции.

Социально-гуманитарные функции: познавательная-образовательная функция – получение и пополнение знаний, знакомство с природой, историей, культурой как своего региона и страны, так и других стран и народов; воспитательная функция, т. е. формирование моральных, нравственных и эстетических качеств, прививание любви к окружающему миру, включая свой собственный вид; культурная функция – повышение культурного уровня граждан; оздоровительно-релаксационная функция – использование благотворного воздействия природных факторов для поддержания и восстановления физического, умственного, психического, эмоционального состояния организма, развитие адаптационных возможностей, восстановление трудоспособности; спортивная функция – специальная подготовка по туристской

технике, способствующая укреплению общей физической подготовки, а также развитию разных сторон физического здоровья.

Социально-экономические функции: рациональное использование свободного времени, обеспечение занятости населения, рост уровня жизни трудящихся – важный фактор стабилизации и развития экономики.

Одной из наиболее перспективных целей в развитии туризма является создание туристической привлекательности на основе памятников природы, истории и культуры.

Туристические ресурсы — это объекты природы, истории, культуры, текущие события, явления, которые могут быть использованы в процессе создания и реализации туристического продукта, будучи мотивационным основанием для его выбора, например, по виду, сезона и другим признакам. Это определение было дано профессором О.О. Любичевой [1].

В литературе существуют много подходов к трактовке понятия «туристские ресурсы». Отдельным вопросам рассмотрения сущности туристских ресурсов посвящены работы М.В. Асташкина, О.Н. Козырева, Н.И. Кабушкин, В.А. Квартальнова, Д.С. Ушакова, Л.П. Людвиг, Т. Гербовича, К. Гранта, В. Джемиесона, Г. Дженнингса, Л. Кривокена, С. Леннокса, Н.П. Никерсона, Д. Пирса, Б. Хей, К. Элліса.

Наиболее полно исследование подходов к туристским ресурсам проведено Л.П. Людвиг, которая систематизировала их и дала собственное уточненное определение «это совокупность природно-климатических, социокультурных и инфраструктурных факторов региона, используемых для производства туристского продукта для удовлетворения потребностей человека в процессе и в целях туризма». Данное определение точнее других отражает сущность туристских ресурсов с точки зрения их использования в туристской индустрии, так как в понятие «туристские ресурсы» включены инфраструктурные факторы, факторы производства туристского продукта, направленные на удовлетворение как целевых, так и сопряженных потребностей туристов [2].

С точки зрения взаимосвязи элементов туристских ресурсов М.В. Асташкина, О.Н. Козырева и другие рассматривают ресурсообразующие факторы как отдельные объекты, способные удовлетворить потребности туристов.

Н.И. Кабушкин, В.А. Квартальнов рассматривают не отдельные элементы, а их объединение, совокупность. Можно согласиться с данными подходами, так как использование поэлементного или комплексного подходов будет зависеть от цели рассматриваемых ресурсов. Так на мезо- и макроуровнях целесообразно использовать поэлементный подход, позволяющий выделить определенные туристские ресурсы. Если же дается

общая оценка туристского региона, то используется комплексный подход. На микроуровне (уровень предприятий разрабатывающих и реализующих туристский продукт), при прогнозировании, планировании, организации и контроле производственной деятельности - ресурсы рассматриваются поэлементно, как отдельные объекты. При оценке потребительской полезности туристского продукта рассматривается совокупность всех ресурсов включенных в него [3].

С точки зрения отнесения к той или иной территории (территориальной «привязки») большинство исследователей при определении туристских ресурсов не связывают их с какой-либо территорией. При исследовании данного понятия более содержательными являются определения Д.С. Ушакова, Л.П. Людвиг, которые утверждают, что туристские ресурсы должны быть обязательно «привязаны» к территории (туристскому региону). Данный подход является обязательным для развития региона, потому что региональные туристские ресурсы ограничены и отражают состояние конкретной территории, причем способность региона удовлетворять потребности туристов, заложена именно в составе и состоянии туристских ресурсов территории [4].

Также можно рассматривать туристские ресурсы как те объекты природы, истории, культуры, текущие события, явления, которые могут быть использованы при создании и реализации туристского продукта. Туристские ресурсы - это часть туристско-рекреационного потенциала определенной территории, которая включена в состав туристического продукта и подлежит реализации с туристической целью. Туристские ресурсы являются отчасти мотивационной основой для выбора определенного турпродукта (по виду, направлением, сезоном и другим признакам). Туристская деятельность на определенной территории развивается на основе тех ресурсов, которые существуют или могут быть задействованы или созданы в стране.

Исходя из представленных выше подходов, можно сделать вывод, что основными критериями при определении туристских ресурсов будут являться три группы факторов туристских ресурсов – природа, социокультура, инфраструктура и комплексный подход к их определению и территориальная «привязка».

Таким образом, понятие «туристские ресурсы» может быть представлено как «совокупность природных, социокультурных и инфраструктурных объектов и явлений туристского региона, необходимых и используемых для удовлетворения потребностей населения в сфере туризма».

Современный туризм невозможен без учета особенностей размещения этих ресурсов и их качества. Туристские ресурсы составляют основу туристического продукта.

В процессе классификации туристических ресурсов большинство исследователей разделяют их на три составляющие: природные, историко-культурные, или культурно-исторические, социально-экономические.

Природные туристические ресурсы – это природные, т.е. климатические, водные, геологические, почвенные, фитолечебные и ландшафтные, а также природно-антропогенные (национальные природные парки, заповедники, памятники природы и др.), которые обладают комфортными условиями и могут быть использованы для туристической деятельности [5].

По характеру внедрения в процесс туристической деятельности туристские ресурсы очень разные. Для использования природных ресурсов как объектов туристической деятельности необходимо проводить предварительное исследование выбранной местности, а в дальнейшем следить за тем, чтобы влияние человеческой деятельности не было пагубным для природы.

Памятники истории — это мемориальные памятники, связанные с историческими событиями, национально-освободительной борьбой, войнами, и памятники исторических событий, а также жизнь известных деятелей истории.

Архитектурные памятники и памятники градостроительства структурируются на архитектурные ансамбли, памятники оборонного строительства, народной архитектуры, общественные здания, дворцово-парковые ансамбли и современные памятники архитектуры, сакральные сооружения.

Художественные памятники — это памятники профессиональных и народных художественных промыслов, а также музеи, экспонирующие памятники изобразительного, декоративно-прикладного и других видов искусства.

К этнографическим памятникам относятся этнографические музеи с соответствующей экспозицией, музеи народной архитектуры и быта, фольклорные памятники устного и письменного творчества, ярко выраженные и хорошо сохранившиеся народные традиции.

Туризм имеет огромное социальное значение, воплощенное в рационализации использования свободного времени, направленного на возобновление и расширенное воспроизводство духовных и физических сил человека. Его формирование увеличивает ориентацию экономики на человеческие потребности.

Луганская область в рекреационном отношении имеет большой потенциал, не смотря на события последних лет, данная область смогла не потерять те свойства, которые могут привлечь туристов, а даже приобрела некоторые дополнительные. По климатическим условиям, область благоприятна для организации разнообразного отдыха, особенно в весенние - летний сезон. Донбасс является уникальным природным регионом, на территории

которого находятся необыкновенные геологические, гидрологические, физико-географические и биологические объекты, которые заслуживают всестороннего внимания.

Луганщина является степным краем, т.е. это зона равнинная с преобладающим количеством травянистой растительности. О.П. Фисуненко выделяет на территории Луганщины 36 геологических, 20 гидрогеологических, 8 физико-географических и 31 биологический памятник.

Основную часть запасов поверхностных вод составляют реки. Все реки области – типично равнинные. По характеру водного режима они относятся к восточно-европейскому типу. Большинство рек принадлежит к бассейну Северского Донца, который является главной водной артерией области.

На территории области 60 озер. Крупнейшие их них: Волчье, Медвежье, Боровское – все на левом берегу Донца. Водоемов и прудов – более 320.

Также на территории данного региона имеется большое количество историко-культурных туристских ресурсов.

Историко-культурные туристские ресурсы — это совокупность памятников материальной и духовной культуры, созданные в процессе исторического развития общества на определенной территории [5]. Луганщина обладает значительным музейным фондом: 7 в Луганщине и 13 в области.

На сегодняшний день насчитывается достаточное количество мемориалов, памятников, музеев, парков которые, так или иначе, привлекают туристов в данный регион.

Историко-культурный потенциал: общее количество памятков истории, градостроительства и архитектуры, монументального искусства в области — 1644.

Для развития туристической отрасли можно использовать и природные ресурсы.

Природно-заповедный фонд Луганской области составляет 138 территорий, которые расположены на площади более 72 тыс. га. Он представлен заповедными территориями различных категорий, созданных для охраны редких и типичных, уникальных и живописных территорий и ландшафтов, популяций растений и животных, водных источников.

Среди объектов природно-заповедного фонда, существуют 4 природных заповедника, 1 региональный ландшафтный парк, 61 памятник природы, 7 парков — памятков садово-паркового искусства, 45 заказников, 18 заповедных урочищ. Нельзя не отметить, что в последнее время возрождаются христианские традиции.

Весь этот огромный туристический потенциал способствует развитию туризма в области. Наличие в области туристических ресурсов дает возможность предусмотреть будущие разработки возможностей рационального использования рекреационно-естественного и историко-культурного потенциала

области для развития самостоятельного, внутреннего и внешнего туризма.

На основе проведенного исследования можно сделать следующие выводы. В настоящее время туризм из вида отдыха превратился в целую индустрию, включающую в себя многие виды туристской деятельности.

В работе осуществлен анализ сущности понятия «туристские ресурсы». Установлено, что формирование понятия «туристские ресурсы» заключается в определении их через объекты туристского интереса и потребности, удовлетворяемые с использованием данных ресурсов.

Туризм в первую очередь зависит от привлекательности территории, ее первичных или так называемых туристических ресурсов: природные ресурсы (климат, ландшафт, экосистемы); культурно-исторические ресурсы (архитектурное наследие, произведения искусства, археологические и научные ценности, традиции, субкультурные образования). Социальные ресурсы (люди или организации, которые способствуют быстрому развитию туризма в регионе и обладают финансовым капиталом, способностями, знаниями; система охраны здоровья, окружающей среды и собственности; интересы местного населения и т.д.)

Следовательно, можно сказать, что Луганская область имеет хорошую перспективу на дальнейшее развитие как туристических, так и экскурсионных маршрутов, так как имеет достаточное количество музеев, природных парков, заповедников, заказников и других различных мест для пребывания туристов. И если на данный момент заняться разработкой новых туристических маршрутов, то в дальнейшем можно будет достичь уровня известных туристических маршрутов России, так как по количеству рекреационных, оздоровительных и природных объектов Луганская область не отстает. И на данный момент, имея как достоинства, так и недостатки Луганская область не останавливается на достигнутом и продолжает развиваться в туристическом направлении. Богатая ресурсами Луганщина имеет все шансы занять достойное место в туристической отрасли.

Литература

1. Любичева О.О. Рынок туристических услуг (геопространственные аспекты). – К.: Альтерпрес, 2002.– 436 с.
2. Джанджугазова Е.А. Маркетинг туристских территорий: учеб.пособие для студ. высш. учеб. заведений / Е.А. Джанджугазова. - М.: Издательский центр «Академия», 2006. - 256 с.

3. Квартальнов В.А. Туризм: Учебное пособие. - М., 2000г.

4. Ушаков Д.С. «Страноведение», Издательство: "МарТ" (2009).

5. Кусков А.С. Туристское ресурсоведение / А.С. Кусков - М.: Издательский центр «Академия», 2008. - 208 с.

References

1. Lyubitseva O.O. Rynok turisticheskikh uslug (geoprostranstvennyye aspekty). – K.: Al'terpres, 2002.– 436 s.

2. Dzhandzhugazova Ye.A. Marketing turistikh territoriy: ucheb.posobiye dlya stud. vyssh. ucheb. zavedeniy / Ye.A. Dzhandzhugazova. - M.: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», 2006. - 256 s.

3. Kvartal'nov V.A. Turizm: Uchebnoye posobiye. - M., 2000g.

4. Ushakov D.S. «Stranovedeniye», Izdatel'stvo: "MarT" (2009).

5. Kuskov A.S. Turistskoye resursovedeniye / A.S. Kuskov - M.: Izdatel'skiy tsentr «Akademiya», 2008. - 208 s.

Rozhkova L., Lygun I.

EVALUATION OF TOURIST POTENTIAL OF THE LUHANSK REGION: PROSPECTS OF TOURISM DEVELOPMENT BASED ON NATURAL AND CULTURAL AND HISTORICAL RESOURCES

The article considers the prospects of tourism development on the basis of natural and cultural-historical resources. The estimation of tourist potential of Lugansk region is analyzed. The essence of the concept of "tourist resources" is disclosed in the article. It is established that the formation of the concept of "tourist resources" is to determine them through the objects of tourist interest and the needs met with the use of these resources.

Key words: tourism, natural resources, cultural and historic resources, tourism potential.

Рожкова Л.А. – старший преподаватель кафедры Туризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля

Лыгун И.А. - студентка 4 курса специальности Туризм, Луганского национального университета имени Владимира Даля
E-mail: ilonalygun@mail.ru

Rozhkova L.A. - Senior Lecturer of the Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dal

Lygun I. - 4th year student of the specialty Tourism, Lugansk National University named after Vladimir Dal
E-mail: ilonalygun@mail.ru

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 338.48

СОСТОЯНИЕ И ОРГАНИЗАЦИЯ СПОРТИВНЫХ МЕРОПРИЯТИЙ В ЛУГАНСКОЙ НАРОДНОЙ РЕСПУБЛИКЕ

Свиридова Н.Д., Ненашева А.А

THE STATUS AND ORGANIZATION OF SPORTS EVENTS IN THE LUHANSK PEOPLE'S REPUBLIC

Sviridova N., Nenasheva A.

В данной статье рассмотрено сущность понятия спортивных мероприятий. Также состояние и организация спортивных мероприятий в Луганской Народной Республике. Проанализировано развития спортивных мероприятий за 2016, 2017 года. Рассмотрены отдельные спортивные мероприятия, пользующейся большой популярностью в республике.

Ключевые слова: спортивные мероприятия, положение о мероприятии, регламент.

Любые праздники, мероприятия не проходят без спортивных мероприятий, массовых забегов и соревнований. Спорт присутствует в общественной жизни и играет немаловажную роль, он стал неотъемлемой частью образа жизни и досуга, средством самосовершенствования, отличным способом для установления различного рода социального контакта от межличностных до международных отношений.

Актуальность исследования заключается в анализе состояния и развития спортивных мероприятий в Луганской Народной Республике.

Проанализировав мнения отечественных и зарубежных ученых о содержании понятия «спортивные мероприятия» можно сделать вывод, что спортивные мероприятия – это одна из действенных мер повышения тренированности спортсмена. Особенно велико значение спортивных соревнований для формирования волевых черт характера. Они также способствуют развитию в целом физкультуры и спорта и позволяют педагогически воздействовать на зрителей [1, с.250].

Качественно организованные спортивные мероприятия зависят от организованных приемов и методов, а так же от их масштаба: международные, всероссийские, региональные, местные.

Спортивные мероприятия рассматриваются в первую очередь как вид организованной соревновательной деятельности, благодаря которой реализуется физический потенциал спортсменов, и удовлетворяются потребности населения в

спортивно-зрелищных мероприятиях.

Очень важным моментом в системе организации спортивных мероприятий является разработка положения.

Основной управленческий документ, определяющий цель, задачи, состав участников соревнования, порядок и способы определения победителей. Положение о мероприятии регламентирует все отношения между организаторами его участниками и судьями [2, с.23].

Помимо вышеперечисленного необходимо позаботиться о месте проведения, оборудования, инвентаря. В полном соответствии с установленными правилами и высоким качестве и необходимым количестве.

К спортивным мероприятиям относятся:

Соревнования для детей и взрослых, спортивные походы;

Физкультурно-спортивные праздники, такие как «День здоровья»;

Массовые соревнования по отдельным видам спорта;

Спартакиады;

Чемпионаты города, региона, мира, и др.

Если в программу включено несколько разновидностей одного вида спорта, необходимо заранее составить график соревнований, т.е. определить последовательность и время проведения каждого из них. Зная среднюю продолжительность выполнения упражнения, количество попыток и количество участников, можно определить общую продолжительность соревнований и на основе этого составить график проведения.

Важнейшим документом, регулирующим проведение соревнований и влияющим на их результаты, являются правила соревнований по данному виду спорта. В них регламентируются действия судей и участников, предусматриваются условия выявления победителей и, кроме того, определяются нормы поведения спортсмена,

содержится перечень запрещенных действий, влекущих за собой наказание, ущемляющее интересы команды.

В Луганской Народной Республике ежегодно проходит масса спортивных мероприятий, по различным видам спорта.

В октябре 2014 года прошло первое спортивное мероприятие в республике, Открытое первенство Луганской Народной Республики по спортивному туризму на пешеходных дистанциях, посвященное памяти Александра Гизая.

Ежегодно создается единый календарный план Республиканских и международных физкультурных и спортивных мероприятий Луганской Народной Республики по автомобильному, велосипедному, конному, парусному спорту, а так же альпинизму, скалолазанию, спортивному туризму и ориентированию и т.д.

Эти мероприятия стали традиционными в республики и ежегодно собирают множество спортсменов со всей области и не только.

Статистические данные Министерства культуры, спорта и молодежи Луганской Народной Республики за 2016 год гласят, что за прошлый год было проведено 203 спортивных мероприятий по различным видам спорта, привлечено более 22000 спортсменов с всей республики [5].

С каждым годом количество спортивных состязаний увеличивается, на 2017 год запланировано провести на 76 спортивных соревнованиях больше.

Спортивные мероприятия обретают все массовый характер, количество участников молодого поколения вырастает, появляется всеобщий интерес к определенным видам спорта, таких как :автомобильный спорт(картинг), легкая атлетика, спортивное ориентирование и скалолазание, где в каждом мероприятии принимает участие свыше 200 молодых спортсменов республики [5].

Развитие спортивных мероприятий зависит не только от многообразия соответствующих рекреационных ресурсов, но и от уровня физической активности населения, обеспеченности квалифицированными кадрами инструкторами и ряда других факторов.

Исходя из статистических материалов, и учитывая высокие показатели физической активности населения, спортивные мероприятия в ближайшей перспективе будут развиваться, и выходить на новый уровень.

Л и т е р а т у р а

1. Бабкин А.В. Специальные виды туризма [Текст] / А.В. Бабкин. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 252 с.
2. Биржаков М.Б. Введение в туризм [Текст] / М.Б. Биржаков. - СПб.: Издательский дом "Герда", 2000. - 192 с.
3. Бойко А.Е. Системный подход к пониманию туризма как вида экономической деятельности [Текст] / А.Е. Бойско // Известия ИГЭА. - 2010. - №3 (71). - С. 81-84.
4. Буйленко В.Ф. Туризм [Текст] / В.Ф. Буйленко. - Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. - 416 с.
5. Министерство Культуры Спортa и Молодежи ЛНР - <https://mklnr.su/>

References

1. Babkin A.V. Special'nye vidy turizma [Tekst] / A.V. Babkin. - Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. - 252 s.
2. Birzhakov M.B. Vvedenie v turizm [Tekst] / M.B. Birzhakov. - SPb.: Izdatel'skij dom "Gerda", 2000. - 192 s.
3. Bojko A.E. Sistemnyj podhod k ponimaniyu turizma kak vida ehkonomicheskoy deyatelnosti [Tekst] / A.E. Bojsko // Izvestiya IGEHA. - 2010. - №3 (71). - S. 81-84.
4. Bujlenko V.F. Turizm [Tekst] / V.F. Bujlenko. - Rostov-na-Donu: Feniks, 2008. - 416 s.
5. Ministerstvo Kul'tury Sporta i Molodezhi LNR - <https://mklnr.su/>

Sviridova N., Nenasheva A.

THE STATUS AND ORGANIZATION OF SPORTS EVENTS IN THE LUHANSK PEOPLE'S REPUBLIC

This article describes the nature of sporting events. The condition and organization of sports events in the Luhansk people's Republic. Analyzed the development of sports events for 2016, 2017. The individual sporting events are very popular in the Republic.

Key words: sports activities, the provision of the event regulations.

Свиридова Н.Д. – д.э.н., проф., директор института экономики и финансов Луганского национального университета имени Владимира Даля.

Ненашева А.А. – магистр 2 курса специальности «Туризм» Луганского национального университета имени Владимира Даля.

Sviridova N. - Doctor of Economic Sciences, prof., Director of the Institute of Finance and Economics Luhansk national University named after Volodymyr Dahl.

Nenasheva A. – the 2-year master student of specialty "Tourism" Luhansk national University named after Volodymyr Dahl.

Статья подана 18.04.2017

УДК 338.48

ДЕЛОВОЙ ТУРИЗМ КАК ПЕРСПЕКТИВНОЕ РАЗВИТИЕ ВЪЕЗДНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ГОРОДА ЛУГАНСКА

Шабанова Д.А., Рожкова Л.А.

BUSINESS TOURISM AS A PROMISING DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF LUGANSK

Shabanova D., Rozhkova L.

В данной статье рассмотрены проблемы и перспективы развития делового туризма. Проанализированы характерные особенности делового туризма. Выявлена тенденция развития данных путешествий. На основе проведенного исследования автором был сделан вывод о перспективе существования делового туризма и так же перспективы развития данного вида туризма в Луганске.

Ключевые слова: деловой туризм, путешествия, бизнес-туризм, инсентив-туризм, ресурсы, территория.

Актуальность данной статьи заключается в том, что за последнее время деловой туризм приобретает новые обороты и с каждым годом развивается все стремительнее и пользуется большим спросом среди туристов. Так же появляется больше возможностей для развития делового туризма, и большие перспективы для развития туристических фирм.

Исследователи И.В. Зорин и В.А. Квартальнов в «Энциклопедии туризма» трактуют деловой туризм как временные командировки и поездки со служебными целями, включая участие в конференциях, конгрессах и т.д. без получения доходов в месте командировки. И.Т. Балабанов и А.И. Балабанов определяют деловой туризм как поездки бизнесменов с деловыми целями. Анализируя высказывания данных авторов можно констатировать, что деловой туризм, является поездкой, совершаемой человеком с определенной целью, имея выгоду, на неопределенный срок, не тратя личных средств и не отвлекаясь на дополнительные услуги.

Целью данной статьи является изучение делового туризма, как одного из перспективных направлений въездного туризма в городе Луганске.

Деловой туризм возник еще в древние времена, когда люди путешествовали для того, чтобы торговать. Путешествия с деловыми целями включают: встречи и конференции, торговые выставки и ярмарки, а также инсентив-путешествия (поощрительные), которые признаны наиболее

эффективными средствами для ведения бизнеса, выхода на новые рынки, а также для обмена мнениями и новыми идеями между коллегами и клиентами.

Индустрия делового туризма зародилась на Западе (Великобритания, Франция, Германия), но уже быстро приобрела известность в странах Юго-Восточной Азии (Китай, Индонезия, Вьетнам) и странах Северной Америки. В 90-х годах произошли существенные изменения в мировой политической и экономической жизни, на транспорте и в технологиях, а также в моделях потребления, которые оказали ощутимое влияние на мировой рынок деловых путешествий и поставили новые задачи перед этим сектором туризма [1].

На основе анализа «Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2015 года», разработанной Федеральным агентством по туризму, установлено, что интерес для развития въездного туризма представляют следующие виды: культурно-познавательный, деловой, специализированный туризм (круизный, событийный, экологический, сельский, охота и рыбалка, активный, этнический, учебный, научный) [2].

По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям (WorldTravel&TourismCouncil, WTTC), в 2015 году объём мирового рынка делового туризма превысил \$1,106 трлн. По итогам 2016 года расходы на бизнес-поездки выросли до \$1,150 трлн, а в 2017 году, по предварительным прогнозам, увеличатся на 3,7 % и достигнут \$1,192 трлн. К 2026 году глобальный рынок делового туризма будет оцениваться в \$1,658 трлн, ежегодный прирост составит в среднем 3,7 % [2].

Это говорит о том, что тенденции развития делового туризма значительно растут с каждым годом и приобретают только новые черты и специфику расширяя круг потребителей.

Однако понятия «деловой туризм» за рубежом не существует. Повсеместно используется понятие «businesstravel». Businesstravel рассматривается как

путешествие. Цель и место пребывания обусловлены бизнесом, все затраты возмещаются компанией. Зачастую *business travel* определяется как путешествие, имеющее целью коммерческое дело, государственное задание или образование, предусматривающее в качестве вторичной мотивации отдых. Таким образом, бизнес путешествие не включает в себя отдых, а ставит его как дополнительную услугу в свободное от встреч, конгрессов и т.д. время [3].

Зачастую деловой туризм так же трактуется как корпоративный туризм (как новое слово в индустрии делового туризма) — это полноценный отдых в любом месте земного шара, а также параллельное решение актуальных бизнес-вопросов и задач.

Так как деловой или корпоративный туризм — это командировки предпринимателей, их участие в конференциях, семинарах, тренингах, а также инсентив-туризм (поощрительные поездки), организация корпоративных мероприятий.

В их число входят инсентив-туры и тимбилдинг.

Инсентив-туры (от англ. *Incentive* — побуждение, стимул) представляют собой поощрительные туры для сотрудников. Стоимость инсентив-туров варьируется от 500 до 1500 долл. на человека и даже выше. Эксперты отмечают, что инсентив-туризм ждет большое будущее. В XXI в. он станет главной формой поощрения работников в ведущих отраслях мирового хозяйства.

Тимбилдинг (от англ. *teambuilding* — построение команды, сплочение коллектива) содержит элементы соревнования. Он может быть связан с экстремальным туризмом или проходить в формате выезда за город на базу отдыха [3].

Эти два развивающихся компонента делового туризма, с каждым годом становятся популярнее в разных городах и странах.

Специфика делового туризма проявляется во взаимодействии между туристами и организаторами — профессионалами деловых поездок. То есть, по сути, в алгоритме создания продукта делового туризма, задействовано шесть групп участников:

- туристы;
- поставщики туристских услуг;
- распорядители или планировщики встреч;
- менеджеры направления, или профессиональные организаторы встреч, организующие прием и обслуживание делегаций на месте;
- профессиональные организаторы МICE-мероприятий;
- разного рода посредники.

Аббревиатуру МICE образуют начальные буквы четырех английских слов, которые при расшифровке показывают направления организации данных туров *Meetings* (встречи), *Incentives* (поощрения), *Conferences* (конференции), *Events* (выставки, события).

МICE-индустрия включает широкий спектр различных видов деятельности — от распространения и продвижения информации, разработки развлекательной программы или содержания до технического обеспечения встречи. Соответственно, специалисты данной сферы всегда востребованы. В России же индустрия МICE-туризма сформировалась относительно недавно и сейчас очень стремительно развивается. Высокие стандарты сервиса в этой области в нашу страну привезли сами клиенты — зарубежные компании, привыкшие к качественному обслуживанию у себя дома [2].

Так же деловой туризм имеет одну особенность, это индивидуальный подход к бизнес-путешественнику, так как каждый из бизнес-путешественников имеет свои запросы.

Из основных запросов бизнес-путешественника можно выделить:

1. Подбор оптимального времени вылета и прибытия, а также удобных стыковок авиарейсов;
2. Возможность изменения даты и времени вылета без штрафов, ведь нередко встречи и переговоры затягиваются или переносятся на несколько дней;
3. Наличие надежного интернет-соединения как в конгресс-центре, так и в отеле, а также возможности круглосуточного пользования услугами бизнес-центра прямо в номере отеля;
4. Обязательная близость отеля проживания и аэропорта к необходимому конгресс-центру;
5. Возможность посещения спортзала, парикмахерской, химчистки или пользования всем спектром бизнес-услуг, не покидая конгресс-центра или отеля;
6. Организация визовой поддержки. Заказы корпоративных клиентов зачастую отличаются нестандартными маршрутами и повышенными требованиями к срокам исполнения.

Деловой туризм в Луганской Народной Республике это отличная возможность для развития бизнеса благодаря ресурсному потенциалу города.

Так в области находятся ресурсы подземных пресных и минеральных вод. Минеральные воды отличаются большим разнообразием и имеют лечебные свойства. В частности имеется Дарьинское месторождение уникальных минеральных вод, которые близки по составу к водам «Ессентуки 20» и «Кишневская». Это говорит о том, что на территории области может хорошо развиваться рекреационный туризм, могут быть построены санатории, которые будут иметь определенную специфику направления. Луганск имеет большое количество плодородных почв, в особенности чернозем. Лесов в городе и области мало, а те которые есть, находятся вблизи рек и озер.

Следует отметить, что объективно Луганский край имеет все предпосылки для интенсивного развития внутреннего и иностранного туризма: особенности географического положения и рельефа,

благоприятный климат, богатство естественного, историко-культурного и туристско-рекреационного потенциалов [5].

Цель развития туризма на Луганщине заключается в создании продукта, конкурентоспособного на государственном рынке, способного максимально удовлетворить туристские потребности населения региона, обеспечить на этой основе комплексное развитие территории.

Приоритетными направлениями региональной политики в области туризма должны стать реконструкция, модернизация и строительство новых туристических объектов, повышение качества и увеличение ассортимента туристических услуг [4].

Всего же на территории Луганска действует более 7 000 предприятий разных форм собственности.

Областной центр занимает первое место в области по объемам розничного товарооборота и реализации услуг на 1 человека.

Луганск экспортирует изделия из металла, полимерные материалы, швейные и текстильные изделия, фармацевтическую продукцию, продукцию машиностроения, продукты питания.

Ряд производств и изделий предприятий Луганска являются уникальными. К ним, в первую очередь, относятся такие, как щелочные аккумуляторы, автоклапаны, стальные трубы, горно-обогатительное и горноспасательное оборудование, напильники и надфили, радиаторы для автомобилей, радиаторы отопительные.

С каждым годом открывается все больше предприятий, таким образом, появляется все больше рабочих мест.

Таким образом, можно сказать, что город обладает большим количеством ресурсов, хорошо развито производство и экспорт товаров и услуг, Луганск становится все более привлекателен для деловых туристов, которые могут развивать на этой территории свой бизнес, а так же сотрудничать с многочисленными фирмами и заводами города Луганска.

Л и т е р а т у р а

1. Папирян Г.А. ГЛАВА 4. Деловой туризм // Маркетинг в туризме. — Москва: Финансы и статистика. — 160 с.
2. Официальный сайт Федерального агентства по туризму Минспорттуризма России [Электронный ресурс].
3. Папирян, Г.А. Международные экономические отношения: Маркетинг в туризме [Текст]/ Г.А. Папирян: учебное пособие. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 160с. — 86с.

4. Борушак М. Особливості маркетингової стратегії розвитку курортно-туристичного регіону / М. Борушак // Вісник Донецького інституту туристичного бізнесу: Серія Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). - 2005. - № 9. - С. 100-105.

5. Болдырев О.П. Проблеми розвитку туризму в Луганській області / О.П. Болдырев, К.Р. Габараєва // Вісник СЛУ ім. В. Даля - 2012 - № 8 - 15 с.

References

1. Papiryan G. A. CHAPTER 4. Business tourism // Marketing in tourism. — Moscow: Finance and statistics. — 160 p.
2. Official site of the Federal Agency for tourism of the Ministry of sports of Russia [Electronic resource].
3. Papiryan, G. A. International economic relations: Marketing in tourism [Text]/ G. A. Papiryan: a training manual. — M.: finances and statistics, 2001. — 160С. — 86с.
4. Borosak M. Features marketingowastrateg development of resort-tourist region / M. Borosak // Visnyk of Donetsk Institute tourist to a b_znes: Series], I pdprimstvo of management (turistichni SFER). - 2005. - № 9. - P. 100-105.
5. Boldyrev O. P. problems of development of tourism in the region Lugansky / O. P. Boldyrev, K. R. Habarana // Visnyk SLEEP im. V. dal - 2012 - No. 8 - 15 с.

Shabanova D., Rozhkova L.

BUSINESS TOURISM AS A PROMISING DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF THE CITY OF LUGANSK

This article examines the problems and prospects of development of business tourism. Analyzed the characteristics of business tourism. The tendency for the development of these journeys. On the basis of the conducted research the author has concluded that the term of existence of business tourism and also prospects of development of this type of tourism in Lugansk.

Key words: business tourism, travel, business travel, incentive tourism, resources, territory.

Рожкова Лариса Александровна: старший преподаватель кафедры туризма и гостиничного хозяйства Луганского национального университета им. В. Даля.

Шабанова Дарья Андреевна: студентка Луганского национального университета им. В. Даля.

Rozhkova Larisa Aleksandrovna: starshij prepodavatel' kafedry turizma i gostinichnogo hozyajstva Luganskogo nacional'nogo universiteta im. V. Dal'ya.

Shabanova Dar'ya Andreevna: studentka Luganskogo nacional'nogo universiteta im. V. Dal'ya.

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., проф., директор института экономики и финансов Луганского национального университета имени В. Даля.

Статья подана 5.05.2017

УДК 338.48

РЕСУРСНЫЙ ПОТЕНЦИАЛ И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ

Шабанова Ю.Н., Разина К.А.

RESOURCE POTENTIAL AND ITS EFFECT ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISTIC INDUSTRY

Shabanova Yu.N., Razin K.A.

В данной статье рассмотрена специфика функционирования туристической отрасли, особенности ресурсов, необходимых для создания туристского продукта. Интенсивное развитие туризма требует проведения комплексной оценки всех имеющихся ресурсов (природно-климатических, историко-культурных и социально-экономических). Изучены теоретические положения и методические подходы к оценке туристских ресурсов. Разработан алгоритм проведения комплексной оценки ресурсов территории для развития сферы туризма.

Ключевые слова: туризм, ресурсы, территория, туристическая отрасль, оценка потенциала, развитие.

Актуальность темы. В современной науке туризм рассматривается как сложная социально-экономическая система. Для многих стран туризм является фундаментальной основой экономики и важным источником валютных поступлений. В настоящее время туризм превратился в целую индустрию международного масштаба, которая по доходам занимает третье место среди крупнейших экспортных отраслей экономики, уступая лишь нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. Туристская отрасль является специфической отраслью экономики, включающей в себя деятельность туристских предприятий по предоставлению комплекса туристских услуг, отдельных услуг туристам и продаже туристских товаров в целях удовлетворения потребностей человека, возникающих в период его путешествия (поездки) развивается вместе с другими отраслями (транспорт, общественное питание, торговля, социально-культурная сфера, санаторно-курортный комплекс и др.) и является стимулом социально-экономического развития территории.

Влияние ресурсного потенциала на развитие сферы туризма представляет собой сложное, многоаспектное явление. Ресурсный потенциал развития туристической отрасли можно определить как обобщающую количественно-качественную

характеристику наличия и использования всех видов ресурсов, которыми располагает сфера туризма в масштабах страны, региона, предприятия, необходимых для осуществления деятельности по предоставлению качественного обслуживания туристов.

Вопросам комплексной оценки развития ресурсного потенциала, разработки и реализации развития рекреации, проблемам и особенностям развития территориально-рекреационных систем, оценке природно-рекреационного потенциала территорий посвящены труды В.И. Азара, А.Ф. Балацкого, Ю.А. Веденина, Т.П. Галушкин, Л.С. Гринева, В.Г. Гуляева, И.В. Зорина, О.В. Живицкого, В.А. Квартального, Н.П. Крачило, Н.С. Мироненко, В.С. Преображенского, М.Ф. Реймерса, Н.Д. Свиридовой, А.И. Тарасова, И.Т. Твердохлебова, Е.О. Ушакова и многих других.

Туристский потенциал и туристские ресурсы дестинации определяют основные условия туристского предложения территории. При формировании различных видов туристского продукта в виде многообразных туристских услуг требуются соответствующие им туристские ресурсы. Одни виды туризма требуют уникальных природных ресурсов, другие – природных и искусственно созданных человеком ресурсов, третьи – наличия объектов культурного наследия, четвертые – совокупности всех вышеперечисленных ресурсов. Другими словами, для того, чтобы туризм начал развиваться в каком-либо регионе, необходимо наличие в этом регионе туристских ресурсов.

В сфере рекреационного природопользования организационно-экономические механизмы имеют особую специфику, которая заключается в необходимости учета объективно существующих синергетических связей между экономическими, социальными и экологическими составляющими. При этом рекреационное природопользование

базируется на использовании природно-рекреационного потенциала отдельных территорий, предполагает необходимость государственного регулирования рекреационной деятельности в регионах на основе действия рыночных законов и законов сохранения и воспроизводства социальных и природных ресурсов.

Несмотря на значимость и ценность проведенных отечественных и зарубежных исследований, отражающих различные аспекты экономического развития туризма, обращает на себя внимание факт недостаточной научной проработки вопросов ресурсного потенциала и его влияние на развитие туристической отрасли.

Таким образом, актуальность данной статьи заключается в необходимости обоснования и совершенствования эффективного управления потенциалом ресурсной базы для развития туристической отрасли.

С экономической точки зрения ресурсная база региона представляет собой совокупность факторов производства (природный, трудовой, финансовый, производственный и т. п.), имеющих количественные и качественные параметры, определяющие возможность их вовлечения в программы развития региона. Все имеющиеся ресурсы региона являются средствами реализации проектов развития после их предварительной оценки и анализа. Анализ ресурсной базы региона включает оценку природно-ресурсного, экономического, социального и научно-технического потенциала [1; 3; 5].

Необходимо отметить, что развитие туристической отрасли является одним из перспективных направлений развития экономики значительной части регионов страны. Оно способствует эффективному использованию природно-ресурсного потенциала регионов, решению проблемы занятости населения, привлечению инвестиций в экономику. Развитие внутреннего туризма позволяет организовать отдых местного населения, удовлетворить потребности в культурном развитии и воспитании подрастающего поколения.

Возрастает интерес к известным подходам к оценке туристических ресурсов и их потенциала, а также к возможностям развития методологических основ проведения комплексной оценки ресурсов территории. Туристские ресурсы являются основой для формирования туристского продукта и его продвижения на рынке. Туристскими ресурсами можно считать все, что представляет туристский интерес, то есть обладает привлекательностью для туристов. Существует несколько классификаций туристских ресурсов, на основании которых все виды туристских ресурсов можно разделить на следующие группы: природно-климатические, историко-культурные и социально-экономические ресурсы [2; 4].

Потенциал развития туристической отрасли – это не просто совокупность предпосылок развития

туристической отрасли, но ресурсы и условия, предназначенные для более эффективного использования ресурсных возможностей региона в организации туристской деятельности, способствующие его социально-экономическому развитию. Для грамотного и эффективного управления ресурсным потенциалом региона необходимы: количественная оценка ресурсов, оценка структуры потенциала и возможностей его использования, систематический учет состояния туристских ресурсов и определение их вклада в развитие сферы туризма. Разнообразие методов оценки туристских ресурсов обусловлено различной природой ресурсов и возможностью использования для организации различных видов туризма

При оценке туристского потенциала территории необходимо учитывать целый ряд параметров, а именно: уникальность имеющихся объектов, различия в доступности объектов, плотность территориального размещения объектов, их разнообразие и комплексность, безопасное для осмотра состояние объектов и др.

В процессе анализа были выделены специфические особенности сферы туризма, которые влияют на формирование методики комплексной оценки ресурсов: многофункциональность (туризм выполняет одновременно экономические, социальные, политические и другие функции); особая технология производства туристского продукта и его потребления; неосязаемость туристских услуг, которые нельзя накапливать и хранить; туризму свойственна специфика «невидимого» экспорта (в отличие от других отраслей хозяйства, продукция которых транспортируется к потребителю, туризм вызывает миграцию людей к местам сосредоточения туристских ресурсов, потребление которых происходит в определенном месте); мультипликативность (влияние туристской отрасли на развитие смежных отраслей); вовлечение в деятельность специфических ресурсов; наличие специальной инфраструктуры (комплекс сооружений, инженерных и коммуникационных сетей, дорог, а также предприятий, обеспечивающих беспрепятственный доступ туристов к туристским ресурсам); субъективность качества туристских услуг; гуманитарное значение туризма и др. Обычно оценке потенциала ресурсов территории для отраслевого развития предшествует изучение методологии проведения данной оценки. Нами были изучены теоретические положения и существующие методические подходы к проведению комплексной оценки ресурсов территории для развития туристской отрасли.

Можно выделить следующие подходы к проведению оценки потенциала туристских ресурсов: покомпонентный, оценка с позиции определенных видов туризма (рекреационной деятельности) и интегральный подход. Отметим, что практически каждая из известных методик оценки

туристского и рекреационного потенциала территорий имеет определенные преимущества и недостатки. На основе сопоставления известных методик оценки туристских ресурсов можно сделать следующие выводы:

- в методиках оценки туристских ресурсов используется ограниченное количество параметров оценки, не дающее полного представления о состоянии ресурсного потенциала (часто используют параметры оценки отдельных ресурсов. Например, природных или рекреационных);

- в перечне параметров отсутствуют показатели эффективности использования ресурсов туристской отрасли (например, состояние туристского спроса и предложения, технологичность освоения ресурсов, государственное регулирование туристской отрасли и др.);

- предлагаемые авторами методики комплексной оценки туристских ресурсов требует уточнения критериев и показателей оценки в соответствии с природно-климатическими, ландшафтными условиями и особенностями исторического и социально-экономического развития территории;

- существует проблема сбора информации, необходимой для проведения комплексной оценки. Особенно сложно анализировать ресурсы отдельных муниципальных образований, в том числе сельских районов;

- субъективность результатов оценки. Одной из особенностей ресурсов сферы туризма, является то, что наличие туристских ресурсов не дает гарантии успешного развития туристской отрасли на определенной территории (например, археологический памятник, водопад или термальный источник) [4].

Использование отдельных ресурсов для создания туристского продукта невозможно без наличия инфраструктурных объектов (транспортное обеспечение, средства размещения, предприятия питания и т. д.). Поэтому, туристские ресурсы необходимо рассматривать с позиции их вовлечения в отраслевое развитие. Именно для этого необходимо проводить комплексную оценку совокупности природно-климатических, историко-культурных и социально-экономических объектов, а также факторов и условий определенной территории, необходимых для создания конкурентоспособного туристского продукта.

Литература

1. Гагарин А. И. Эволюция оценки природно-ресурсного потенциала территории // Интерэкспо ГЕО-Сибирь-2013: IX Междунар. науч. конгр., 15 – 26 апр. 2013 г. Новосибирск. Междунар. науч. конф.: сб. материалов в 4 т. Новосибирск: СГГА, 2013. Т. 2: Экономическое развитие Сибири и Дальнего Востока. Экономика природопользования, землеустройство, лесоустройство, управление недвижимостью. С. 117 – 121.
2. Гуриева Л. К., Созиева З. И. Кластерный подход к развитию туристско-рекреационного комплекса региона:

монография. Северо-Осет. гос. ун. им. К. Л. Хетагурова. Владикавказ: СОГУ, 2011. 276 с.

3. Золотарев И. И., Робинсон Б. В., Татаренко В. И. Актуальные проблемы современного природопользования // ГЕО-СИБИРЬ-2010: сб. материалов VI Междунар. науч. конгр., 19 – 29 апр. 2010 г. Новосибирск: СГГА, 2010. Т. 3. Ч. 1. С. 81 – 83.

4. Лаврова Т. А., Карпова Г. А. Туристские ресурсы: проблемы и перспективы: монография. Чебоксары.: Изд-во Чуваш. ун-та, 2007. 252 с.

5. Мекуш Г. Е. Устойчивое развитие и природопользование: региональный аспект // Государство. Природные ресурсы и институты: сборник лекций ученых и специалистов Всероссийской молодежной научной школы 9 – 11 июля 2012 г., г. Новокузнецк / под ред. Ф. И. Иванова, Е. В. Исаковой, Е. А. Гардер. НФИ КемГУ. Новокузнецк, 2012. С. 117 – 141.

References

1. Gagarin A. I. Evolyutsiya otsenki prirodno-resursnogo potentsiala territorii // Interekspo GEO-Sibir'-2013: IX Mezhdunar. nauch. kongr., 15 – 26 apr. 2013 g. Novosibirsk. Mezhdunar. nauch. konf.: sb. materialov v 4 t. Novosibirsk: SGGGA, 2013. T. 2: Ekonomicheskoye razvitiye Sibiri i Dal'nego Vostoka. Ekonomika prirodopol'zovaniya, zemleustroystvo, lesoustroystvo, upravleniye nedvizhimost'yu. S. 117 – 121.

2. Guriyeva L. K., Soziyeva Z. I. Klasternyy podkhod k razvitiyu turistsko-rekreatsionnogo kompleksa regiona: monografiya. Severo-Oset. gos. un. im. K. L. Khetagurova. Vladikavkaz: SOGU, 2011. 276 s.

3. Zolotarev I. I., Robinson B. V., Tatarenko V. I. Aktual'nyye problemy sovremennogo prirodopol'zovaniya // GEO-SIBIR'-2010: sb. materialov VI Mezhdunar. nauch. kongr., 19 – 29 apr. 2010 g. Novosibirsk: SGGGA, 2010. T. 3. CH. 1. S. 81 – 83.

4. Lavrova T. A., Karpova G. A. Turistskiye resursy: problemy i perspektivy: monografiya. Cheboksary.: Izd-vo Chuvash. un-ta, 2007. 252 s.

5. Mekush G. Ye. Ustoychivoye razvitiye i prirodopol'zovaniye: regional'nyy aspekt // Gosudarstvo. Prirodnyye resursy i instituty: sbornik lektsiy uchenykh i spetsialistov Vserossiyskoy molodezhnoy nauchnoy shkoly 9 – 11 iyulya 2012 g., g. Novokuznetsk / pod red. F. I. Ivanova, Ye. V. Isakovoy, Ye. A. Garder. NFI KemGU. Novokuznetsk, 2012. S. 117 – 141.

Shabanova J.N., Razin K.A.

RESOURCE POTENTIAL AND ITS EFFECT ON THE DEVELOPMENT OF THE TOURISTIC INDUSTRY

In this article, the specifics of the functioning of the tourism industry, the features of the resources needed to create a tourist product are considered. Intensive development of tourism requires an integrated assessment of all available resources (natural and climatic, historical, cultural and socio-economic). The theoretical positions and methodological approaches to the evaluation of tourist resources have been studied. An algorithm for conducting a comprehensive assessment of the territory's resources for the development of the tourism industry has been developed.

Key words: tourism, resources, territory, tourism, capacity assessment, development.

Шабанова Ю.Н. – к.э.н., доцент кафедры Тризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля.

E-mail: yusha9791@mail.ru

Разина К.А. – магистр кафедры Тризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля.

Shabanova J.N. - candidate of economic Sciences, D.assoc., Department of Tourism and Hospitality, Luhansk National University named after Vladimir Dahl.

E-mail: yusha9791@mail.ru

Razin K.A. - Master Department of Tourism and Hospitality, Lugansk National University named after Vladimir Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

СЕКЦИЯ 6**ФИНАНСОВЫЕ АСПЕКТЫ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ
СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА**

УДК 336.144

**СУЩНОСТЬ ФИНАНСОВОГО ПЛАНИРОВАНИЯ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ И
ОРГАНИЗАЦИЯХ РЕКРЕАЦИОННОЙ СФЕРЫ****Алейников А.А., Ильяшова А.В.****ESSENCE OF FINANCIAL PLANNING AT ENTERPRISES
AND ORGANIZATIONS OF RECREATIONAL AREA****Aleynikov A., Ilyashova A.**

В статье обоснована роль методики финансового планирования на предприятиях и организациях рекреационной сферы, а также различных отраслей и различных форм собственности. Раскрыта роль финансового планирования вообще; как инструментария достижения качественных, положительных финансовых результатов предприятия, организации. Дана характеристика содержания основных этапов процесса бизнес-планирования.

Ключевые слова: управление, опыт, планирование, рекреация, организация.

Эффективное управление финансами предприятий, организаций, одним словом, субъектов хозяйственной деятельности, возможно лишь при планировании всех финансовых потоков, процессов и отношений как внутри, так и «снаружи» контура хозяйствующего субъекта.

Многолетний опыт ведения хозяйственной деятельности предприятиями и организациями различных отраслей и различных форм собственности показывает, что недооценка планирования финансовой деятельности в условиях рынка, сведение его к минимуму, игнорирование или некомпетентное его осуществление зачастую приводит к большим, ничем не оправданным экономическим, финансовым потерям и, в конечном счете, к возможному банкротству. Конкретная же структура финансовой службы организации, компании, в том числе, рекреации и туризма (Рис. 1) во многом тоже зависит от организационно-правовой формы собственности предприятия,

организации, его размеров, вида деятельности и задач, поставленных руководством компании [3, с.135].

Рынок не подавляет и не отрицает плановость вообще, он только перемещает ее в первичное производственное звено. В рыночных условиях предприятия, организации широко используют преимущества планирования в конкурентной борьбе. Поэтому всякий, кто всерьез намерен заниматься предпринимательской деятельностью и получать прибыль, должен иметь хорошо продуманный и всесторонне обоснованный план - документ, определяющий стратегию и тактику ведения бизнеса, выбор цели.

Наличие детально разработанного плана позволяет активно развивать и наращивать качество предоставляемых услуг, привлекать инвесторов, партнеров и иные, в том числе, кредитные ресурсы. Он также дает возможность максимально использовать конкурентные преимущества, предотвращать совершение возможных ошибок; отслеживать новые тенденции и использовать их в своей деятельности; смягчать влияние «слабых» сторон деятельности предприятия, организации; своевременно принять защитные меры против разного рода рисков; всесторонне оценить результаты деятельности предприятия, организации за требуемый период.

Планирование связано, с одной стороны, с предотвращением ошибочных действий в области финансов, с другой - с уменьшением возможного

числа использованных возможностей. Практика хозяйствования в условиях рыночной экономики выработала определенные подходы к планированию

развития отдельного предприятия, организации в интересах ее владельцев и с учетом реальной обстановки на рынке [2, с. 233].

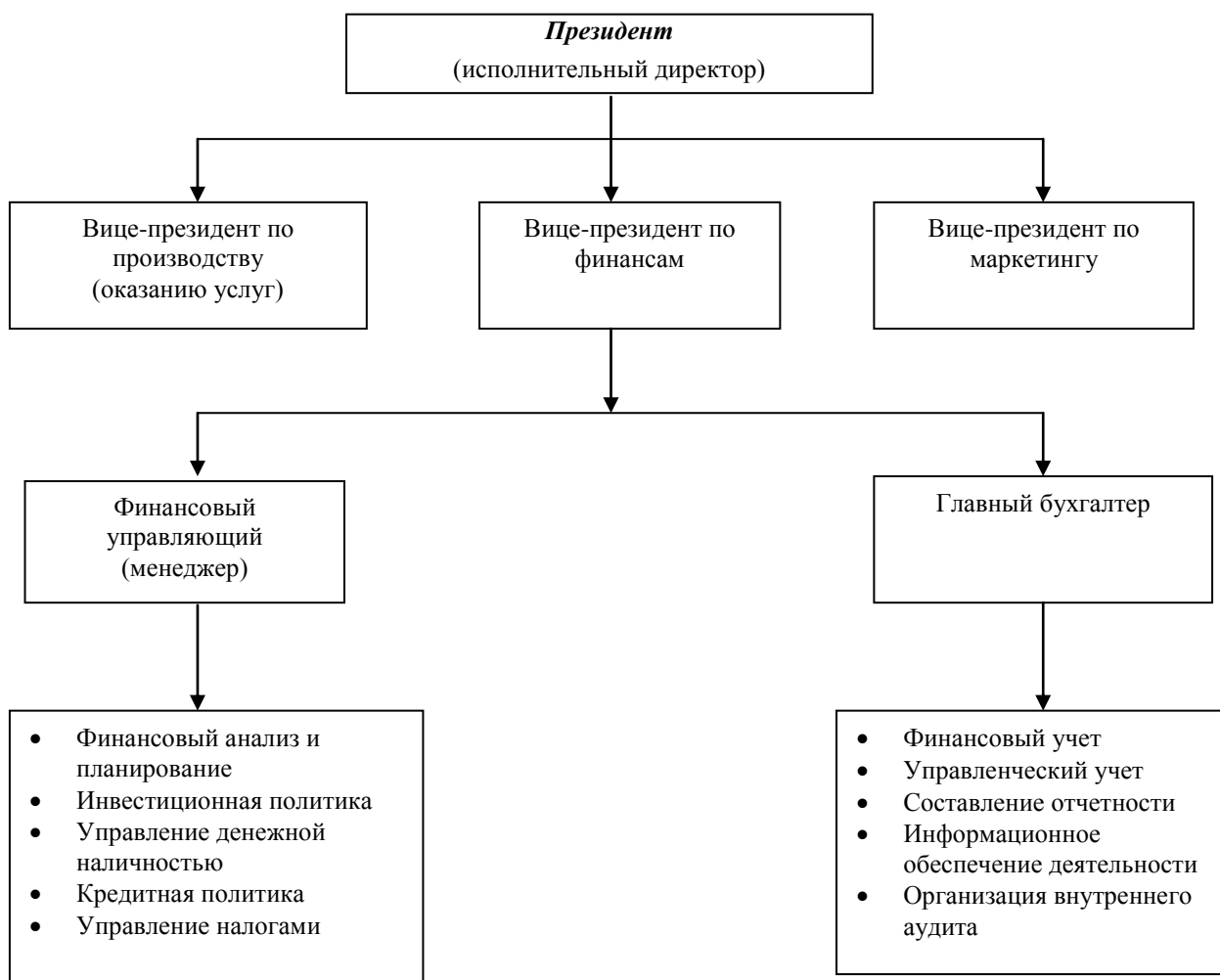


Рис. 1. Организационная структура управления компании [3, с. 137]

Основными задачами финансового планирования на предприятиях, в том числе и сферы туристической деятельности, являются: обеспечение необходимыми финансовыми ресурсами основной, инвестиционной и финансовой деятельности; определение путей эффективного вложения капитала, оценка степени рационального его использования; выявление внутрихозяйственных резервов увеличения прибыли за счет экономного использования денежных средств; установление рациональных, обоюдовыгодных финансовых отношений с бюджетом, банками и контрагентами; соблюдение интересов акционеров и других инвесторов; контроль за финансовым состоянием, платежеспособностью и кредитоспособностью предприятия, организации [2, с. 234].

Финансовый план призван обеспечить финансовыми ресурсами предпринимательский

план хозяйствующего субъекта, и оказывает большое влияние на экономику компании.

Это обусловлено целым рядом обстоятельств. Во-первых, в финансовых планах происходит соизмерение намечаемых затрат для осуществления деятельности с реальными возможностями, и в результате корректировки достигается материально-финансовая сбалансированность.

Во-вторых, статьи финансового плана связаны со всеми экономическими показателями работы компании и увязаны с основными разделами предпринимательского плана: предоставлением услуг рекреационного характера, техническим развитием, направленным на дальнейшее совершенствование предоставляемых услуг рекреационного характера, совершенствованием управления туристической организацией, повышением дальнейшей эффективности оказания

услуг, капитальным строительством, материально-техническим обеспечением, труда и кадров, прибыли и рентабельности, экономическим стимулированием и т. п.

Таким образом, финансовое планирование оказывает воздействие на все стороны деятельности хозяйствующего субъекта рекреационного характера посредством выбора объектов финансирования, качественного направления финансовых средств, и способствует рациональному использованию трудовых, материальных и денежных ресурсов.

Финансовое планирование, однако же, нельзя понимать лишь как процесс создания плановых инструментов, которые отображают источники и направления использования финансовых ресурсов за конкретные календарные периоды, коими являются баланс доходов и расходов, платежный календарь. Оно включает также расчеты относительно инвестиционных проектов, реализация которых приносит прибыль предприятию-инвестору.

Программа, которая описывает экономико-организационную сторону такого проекта, называется бизнес-планом. Точнее говоря, совокупность всех плановых расчетов, которые регулируют деятельность любого предприятия, организации (подразумеваются и производственные планы, и планы внедрения новой техники и технологии, маркетинговые программы, планы материально-технической поставки, финансовые планы), представляет собой бизнес-план деятельности компании.

Чтоб увеличивать объем прибыли, повышать рентабельность своей работы, предприятие должно постоянно разрабатывать проекты, которые предусматривают вложение финансовых ресурсов в разработку новых технологий, организацию новых производств, реконструкцию производственных площадей и оборудование под выпуск конкурентоспособных товаров на внутреннем и внешнем рынках, строительство филиалов и цехов, приближенных к источникам сырья и рынков сбыта, и в другие проекты, в том числе инвестирование финансовых ресурсов в ценные бумаги посторонних эмитентов.

Каждый из таких проектов должен быть глубоко обоснован в бизнес-плане от идеи к расчету конкретной суммы прибыли, которая получается от его воплощения.

Бизнес-план, как правило, состоит из таких разделов:

1. Общее описание проекта, в котором разъясняется цель проведения расходов, их необходимость, характеристика инвестиционного объекта.

2. Характеристика товаров, услуг, патентов, ноу-хау, которые могут быть предложены рынку, или другого результата, что достигается после завершения проекта и приносит прибыль (например, снижение себестоимости оказания услуг,

увеличение их надежности, своевременности оказания, улучшение иных качественных характеристик, которые способны увеличить рентабельность услуг).

3. Маркетинговая программа, которая разрабатывается с целью исследования и прогнозирования рынка (рыночная ситуация, реклама, покупатели, конкуренты и т.п.).

4. Сырьевая база, экспериментальная база, кадровое обеспечение и другие стороны ресурсного обеспечения проекта.

5. Экономическая эффективность. Этот раздел раскрывает результаты проекта и сроки окупаемости расходов [1, с.245].

В последнем разделе бизнес-плана разрабатывается прогноз объема реализации продукции в денежном выражении, баланс денежных расходов и поступлений от воплощения проекта и прибыли в годовом вычислении за срок функционирования проекта.

Очень большое значение имеет составление бизнес-планов, если нехватка собственных финансовых ресурсов на выполнение того или другого проекта принуждает их обращаться к соинвесторам или коммерческий банк за займом.

Качество, обоснованность, убедительность материалов, расчетов, которые содержатся в бизнес-плане, имеют конкретное значение, оказывают влияние на решение вопроса об источниках финансирования.

Л и т е р а т у р а

1. Бизнес-план. Методические материалы / Под ред. профессора Р.Г. Маниловского. - М.: Финансы и статистика, 2015- 456с.
2. Григорьев А.С. Оценка предприятия: теория и практика. - М.: Олво, 2007 - 348 с.
3. Лихачева О.Н. Финансовое планирование на предприятии Учебник. - М.: Изд-во «Велби», 2003.- 264 с.

R e f e r e n c e s

1. Biznes-plan. Metodicheskie materialy / Pod red. profesora R.G. Manilovskogo. - M.: Finansy i statistika, 2015- 456s.
2. Grigor'ev A.S. Ocenka predpriyatiya: teoriya i praktika. - M.: Olvo, 2007 - 348 s.
3. Lihacheva O.N. Finansovoe planirovanie na predpriyatii Uchebnik. - M.: Izd-vo «Velbi», 2003.- 264 s.

Aleynikov A., Pyashova A. **ESSENCE OF FINANCIAL PLANNING AT ENTERPRISES AND ORGANIZATIONS OF RECREATIONAL AREA**

The article is about the financial planning method role for the enterprises and organizations of recreation and another branches. The role of financial planning is disclosed. The characteristics of the main stages of the business planning are given.

Key words: management, experience, planning, recreation, organization

Алейников А.А. – к.э.н., доцент кафедры финансы и кредит ЛНУ им.В.Даля
E-mail: stranger071774@gmail.com

Ильяшова А.В. - студентка 6 курса специальности финансы и кредит ЛНУ им.В.Даля.

Aleinikov AA - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance and Credit LNU im.V.Dalya.

E-mail: stranger071774@gmail.com

Pyashov A.V. - 6th year student of specialty finance and credit LNU im.V.Dalya.

Рецензент: Максимов В.В. д.э.н., проф., заведующий кафедрой экономика предприятия ЛНУ им. В.Даля

Статья подана 28.04.2017

УДК 336.144

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Алейников А.А., Малгин Д.И.

THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATION OF THE FINANCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE

Aleynikov A., Malgin D.

В статье рассматривается специфика экономических отношений на предприятии, с помощью которых можно выявить проблемы предприятия, а также на основе показателей сделать выводы по улучшению его внутри предприятия.

Ключевые слова: предприятие, аспекты, финансовая деятельность, инвестиционная деятельность, экономическая деятельность

Актуальность выбранной темы заключается в существенной важности предмета исследования для финансовой системы предприятия и её стабильного функционирования. Управление финансово-хозяйственной деятельностью организации требует соответствующей деятельности предприятия. Данные о финансовом положении организации являются его важнейшей составной частью. Такая информация пользуется наибольшим спросом среди различных ее пользователей и обязательно учитывается при принятии управленческих решений. Важнейшей составной частью информации о финансовом положении организации являются данные о формировании финансовых результатов, возникающих в процессе хозяйственной деятельности организации.

«Финансовая деятельность предприятия» (ФДП) – является одним из аспектов, связанных с изучением особенностей деятельности предприятий в современных условиях реформирования экономики.

Целью изучения является выявление характера и специфики экономических отношений в сфере финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

Задачами являются: научиться использовать знания о финансовой деятельности; ориентироваться в условиях изменяющейся экономической ситуации; научиться быстро и безошибочно принимать решения в области управления финансами предприятий и организации

работы в разрезе основных направлений финансово-хозяйственной деятельности.

Финансовой деятельностью предприятия являются экономические отношения, которые возникают и существуют в сфере финансово-хозяйственной деятельности предприятий.

Объектами финансовой деятельностью предприятия являются экономические процессы и явления, происходящие в сфере финансово-хозяйственной деятельности предприятий и показатели, их характеризующие.

При финансовой деятельностью предприятия используются методы: экономического анализа и синтеза (сравнения; абсолютных и относительных величин; ЭММ; балансовой увязки статистических группировок и другие); планирования и прогнозирования (опытно-статистический; технико-экономических расчетов; программно-целевой, стратегического планирования и прочие).

К аспектам финансовой деятельности предприятий может относиться следующие. Регулирование государством производственной и экономической деятельности предприятий посредством экономических рычагов, в первую очередь налоговой и кредитно-денежной политикой. Самостоятельность предприятий во всех вопросах, кроме особо предусмотренных законодательством.

Так же одним из аспектов является самофинансирование и прибыльность работы предприятия и создание финансового резерва фонда риска на предприятиях. Предприятие вправе открывать расчетный и другие счета в любом банке для хранения денежных средств и осуществления всех видов расчетных, кредитных и кассовых операций. Предприятие вправе самостоятельно осуществлять внешнеэкономическую деятельность в соответствии с законодательством. Формы, система и размер оплаты труда работников предприятия, а также другие виды их доходов устанавливаются предприятием самостоятельно[6]

А также предприятия обеспечивают минимальный размер оплаты труда и социальной защиты работников независимо от видов собственности и организационно-правовых форм предприятия. Предприятие самостоятельно планирует свою деятельность и определяет перспективы развития, исходя из спроса на производимую продукцию и необходимости производственного и социального развития предприятия, повышения личных доходов его работников [3, с.54].

Основу планов составляют договора, заключенные с потребителями продукции. Предприятия реализуют свою продукцию по ценам и тарифам, устанавливаемым самостоятельно или на договорной основе, а в случаях, предусмотренных законодательством, по регулируемым государством ценам. Предприятие, независимо от его организационно правовой формы, ведет бухгалтерскую и статистическую отчетность в порядке, устанавливаемом законодательством.

Также за нарушение кредитных, договорных, расчетных, налоговых обязательств, а также за нарушение иных правил предпринимательской деятельности, предприятие несет ответственность в соответствии с законодательством. Предприятие обязано возмещать ущерб, причиненный нерациональным использованием земли и других природных ресурсов, загрязнением окружающей среды. Предприятие может быть учреждено либо по решению собственника имущества, либо по решению трудового коллектива государственного или муниципального предприятия в случаях и в порядке, предусмотренных законодательством [6, с.78].

Предприятие может быть учреждено в результате выделения из состава действующего предприятия одного или нескольких структурных подразделений с сохранением за данным структурным подразделением существующих обязательств перед предприятием и партнерами.

Предприятие может быть учреждено в результате принудительного разделения в соответствии с антимонопольным законодательством. Прекращение деятельности предприятия может осуществляться в виде его ликвидации или реорганизации слияние, присоединение, разделение, выделение, преобразование в иную организационно-правовую форму.

После чего предприятие может ликвидироваться в случаях признания банкротом и принятия решения о запрете деятельности предприятия из-за невыполнения условий, установленных законодательством в признании судом недействительными учредительных документов и решения о создании предприятия. Но предприятия могут объединяться в союзы, объединения, концерны, и т.д. в целях координации деятельности, защиты прав, установления единой

ценовой политики и т.д. Финансовый менеджмент, или управление финансовыми ресурсами и отношениями, охватывает систему принципов, методов, форм регулирования рыночного механизма в области финансов с целью повышения конкурентоспособности хозяйствующего субъекта.

Сами по себе финансы предприятий – это система отношений, связанных с созданием и использованием фондов денежных средств предприятий.

Финансово-хозяйственная деятельность предприятий (далее деятельность предприятий) – это любая деятельность хозяйствующего субъекта, осуществляемая с целью образования финансовых результатов. Деятельность предприятий разделяется на обычную и чрезвычайную. Под обычной деятельностью принято понимать любую деятельность предприятия, а также операции, которые обеспечивают ее или возникают вследствие ее осуществления. К чрезвычайной деятельности относят те операции или события, которые по характеру своего возникновения и качественным характеристикам осуществления отличаются от обычной деятельности [4, с.39].

А вот операционная деятельность предприятия – это основная деятельность предприятия, а также другие виды деятельности, не относимые к финансовой и инвестиционной. К основной деятельности относят операции, связанные с производством или реализацией товаров (продукции, услуг), которые являются определяющей целью создания предприятия и обеспечивают основную часть его дохода. Расходы, связанные с основной деятельностью, различают по функциям: расходы на производство, расходы на сбыт, расходы на управление. Другая операционная деятельность включает реализацию иностранной валюты, других операционных активов, операционную аренду активов, проведение исследований и разработок и др. Инвестиционной деятельностью считается приобретение или реализация активов, не являющихся эквивалентами денежных средств. Финансовая деятельность – это деятельность, которая приводит к изменениям размера и состава собственного и заемного капитала предприятия [2, с. 54].

Результатом проведенного исследования по выбранной теме является обоснование общих выводов и практических замечаний, которые можно свести к следующему. В условиях рыночной экономики основным источником пополнения средств предприятия, и основной целью его деятельности является получение прибыли. Прибыль предприятия как конечный финансовый результат является важнейшим показателем эффективности его деятельности.

В выполненной работе были рассмотрены теоретические и практические вопросы, касающиеся выявления характера и специфики отношений

финансово-хозяйственной деятельности предприятия.

Своевременное введение такого выявлением специфики экономических отношений на предприятии позволило бы поднять прибыль до максимума и избежать получения убытков с каждого вложения.

Литература

1. Алексеев М.Ю. Рынок ценных бумаг. – М.: Финансы и статистика, 1992. – 350с.
2. Ансофф М. Корпоративное управление. – М.: ТЕИС, 1999. – 440с.
3. Бандурка О.М., Коробов М.Я., Орлов П.И., Петрова К.Я. Финансова діяльність підприємства: Підручник. – К.: Либідь, 1998. – 312с.
4. Беренс В., Хавранек П.М. Руководство по оценке эффективности инвестиций (пер. с англ.) – М.: ИНФРА-М, 1995. – 170с.
5. Бухалков М.И. Внутрифирменное планирование: Учебник. – М.: ИНФРА-М, 1999. – 392с.
6. <http://allrefs.net/c5/112t8/p1/>

References

1. Alekseev M.YU. Rynok cennyh bumag. – M.: Finansy i statistika, 1992. – 350s.
2. Ansoff M. Korporativnoe upravlenie. – M.: TEIS, 1999. – 440s.
3. Bandurka O.M., Korobov M.YA., Orlov P.I., Petrova K.YA. Finansova diyal'nist' pidpriemstva: Pidruchnik. – K.: Libid', 1998. – 312s.
4. Berens V., Havranek P.M. Rukovodstvo po ocenke ehffektivnosti investicij (per. s angl.) – M.: INFRA-M, 1995. – 170s.

5. Buhalkov M.I. Vnutrifirmennoe planirovanie: Uchebnyk. – M.: INFRA-M, 1999. – 392s.

6. <http://allrefs.net/c5/112t8/p1/>

Aleynikov A., Malgin D. **THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE ORGANIZATION OF THE FINANCIAL ACTIVITY OF THE ENTERPRISE**

The article discusses the specifics of economic relations in the enterprise, with the help of which you can identify problems in the enterprise, and based on metrics to draw conclusions to improve it internally.

Keywords: *enterprise, aspects, financial activities, investment activities, economic activities*

Алейников А.А. – к.э.н., доцент кафедры финансы и кредит ЛНУ им.В.Даля.

E-mail: stranger071774@gmail.com

Малгин Д.И. - студент 4 курса специальности финансы и кредит ЛНУ им.В.Даля.

Aleynikov AA - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance and Credit LNU im.V.Dahl.

E-mail: stranger071774@gmail.com

Malgin D.I. - 4th year student of specialty finance and credit of LNU im.V.Dahl.

Рецензент: **Максимов В.В.** д.э.н., проф., заведующий кафедрой экономика предприятия ЛНУ им. В.Даля.

Статья подана 28.04.2017

УДК 336.7

БАНКОВСКОЕ КРЕДИТОВАНИЕ СУБЪЕКТОВ ТУРИЗМА**Алейников А.А., Федорищев Э.И.****BANKING LENDING TOURISM SUBJECTS****Aleynikov AA, Fedorishchev E.I**

Обоснована роль банковского кредита в финансировании деятельности субъектов туризма. Раскрыта сущность понятий «банковский кредит», «кредитоспособность», «кредитный риск». Рассмотрены организационно-методические аспекты банковского кредитования субъектов туризма. Дана характеристика содержания основных этапов процесса кредитования.

Ключевые слова: банковское кредитование, субъект туризма, кредитное соглашение, кредитоспособность, кредитный риск.

В условиях перехода к инновационному социально ориентированному типу экономики формирование современной индустрии туристско-рекреационных услуг и повышение ее конкурентоспособности на международном рынке становится одним из важных направлений долгосрочного экономического развития Российской Федерации. Основные приоритеты социальной и экономической политики на данном этапе включают образование и развитие туристско-рекреационных зон с высоким уровнем оказания услуг сервиса на территориях с уникальными природно-климатическими условиями, а также богатым историко-культурным наследием. Совершенствование механизмов развития туристической отрасли невозможно обеспечить без использования кредитной поддержки, поскольку большинство субъектов туризма испытывает недостаток собственных средств.

В современной экономике банковский кредит выступает неотъемлемым элементом обеспечения денежными ресурсами деятельности субъектов туризма. Он представляет собой ссудный капитал коммерческого банка в денежной форме, который передается субъекту туризма во временное пользование на условиях обеспеченности, возвратности, срочности, платности и целевого характера использования.

Субъектами кредитного соглашения могут быть юридические самостоятельно хозяйствующие субъекты туризма или дееспособные физические лица-предприниматели, которые вступают в отношения временного заимствования стоимости в денежной форме.

Объект кредитного соглашения – стоимость, которая занимается, обособление которой связано с характером движения от коммерческого банка к субъекту туризма, а потом в обратном направлении.

Основными побудительными мотивами кредитных соглашений со стороны субъектов туризма являются покрытие дефицита собственных средств и получение дохода в результате использования одолженной стоимости или минимизация убытков при выходе из кризисных ситуаций. Кредит – это самый распространенный самый простой способ получения денег для пополнения оборотных средств.

Процесс кредитования субъекта туризма представляет собой последовательность пяти этапов: анализ кредитоспособности заемщика; анализ и оценка кредита; структурирование ссуды; документирование кредитных операций; контроль предоставленного кредита и состояния залога.

Под кредитоспособностью понимают способность заемщика - юридического или физического лица - полностью и в определенный период выполнить все условия кредитного договора. В мировой банковской практике кредитоспособность клиента всегда была и остается одним из основных критериев при определении целесообразности установления кредитных отношений. Кредитоспособность трактуется не только как возможность возврата основной суммы долга с процентами по нему, а и как желание клиента выполнить свои обязательства. Поэтому способность возврата кредита связывается с моральными качествами клиента, его репутацией,

мастерством и сферой деятельности, степенью вложения капитала в недвижимое имущество, возможностью генерировать денежные потоки в процессе производства.

Оценивая кредитоспособность субъекта туризма, коммерческий банк фактически определяет уровень кредитного риска, который он примет на себя, устанавливая кредитные отношения. Этот процесс в значительной степени является творческим, а не механическим, и требует от кредитных менеджеров понимания специфики туристической отрасли и деятельности субъектов туризма. При этом необходимо сосредоточить внимание на таких аспектах:

финансовый аспект - способность субъекта туризма генерировать денежный поток, достаточный для погашения кредита;

отраслевой аспект - уровень развития туристической отрасли и конкурентные позиции субъекта туризма;

управляющий аспект - качество менеджмента и эффективность руководства субъекта туризма;

аспект качества обеспечения кредита - уровень контроля залога со стороны банка, а также возможные условия его реализации;

морально-этический аспект - готовность субъекта туризма к возврату кредита.

В процессе анализа кредитоспособности субъекта туризма используются такие методы: коэффициентов, группировки, сравнения, рейтинговое оценивание. Эти методы могут использоваться параллельно, а также частично, дополняя друг друга. Для получения более точной картины необходимо использовать отраслевые значения коэффициентов, которые учитывают особенности туристического бизнеса. В случае если коммерческий банк работает со многими клиентами из данной отрасли, целесообразно создавать собственную базу их финансовых коэффициентов для работы с потенциальными клиентами и расширения занимаемого сегмента кредитного рынка.

Анализ и оценка кредита состоит в определении его реалистичности, степени соответствия суммы и сроков ссуды, а также величины риска, связанного с данным договором. Поэтому одному и тому же клиенту могут предоставляться кредиты, которые отличаются по объемам, срокам, формам обеспечения, методам предоставления и погашения, а значит, сопровождаются различными по величине кредитными рисками. В процессе анализа и оценки

кредита необходимо выявить степень обоснованности поданной кредитной заявки и уровень приемлемости для коммерческого банка соответствующего кредита. В частности, сумма кредита сравнивается с лимитами кредитования одного заемщика, а также лимитами кредитования по туристической отрасли.

Цель структурирования кредита – найти такие параметры ссуды, которые бы максимально отвечали бы целевому назначению кредита и возможностям субъекта туризма в отношении своевременного его возвращения. Основные структурные параметры кредита: объем (сумма); сроки; условия выдачи; график погашения; обеспечение; цена (процентная ставка). При определении сроков кредитования необходимо учитывать цикличность производства, сезонность, продолжительность делового цикла, объективную потребность в определенной продолжительности каждого проекта. Условия предоставления кредита могут предусматривать выдачу денежных средств: одной суммой после заключения соглашения; частями; в форме оплаты платежных документов. По графику погашения наиболее рискованным для коммерческого банка является возвращение всей суммы долга в конце периода кредитования. Наименее рискованный график - это равномерное погашение долга в течение всего периода. В отношении обеспечения кредита в международной банковской практике считается, что кредит должен предоставляться только в случаях, когда банк уверен в первичных источниках погашения ссуды, которыми являются денежные потоки заемщика. И только в отдельных исключительных случаях менеджер может обратиться к вторичным источникам погашения ссуды, то есть к залого.

Определение процентных ставок по кредитам остается самым важным вопросом для всех участников кредитного договора. Значительное влияние на уровень кредитной ставки оказывает спрос и предложение на рынке кредитов. В условиях повышенного спроса на кредитные ресурсы и низкого уровня конкуренции в банковском секторе кредитор имеет возможность диктовать условия и устанавливать ставки, которые обеспечивают высокий уровень доходности. С обострением конкурентной борьбы банки вынуждены поддерживать кредитные ставки на приемлемом для клиентов уровне, достаточно низком для того, чтобы заемщик не обратился в другой банк или финансовую компанию. В то же время доходы от ссуд должны компенсировать расходы по

привлечению кредитных ресурсов и административные расходы, а также обеспечить банку определенный уровень прибыльности. В мировой банковской практике применяется несколько методов установления ставки по кредитам, такие как: "стоимость плюс", "базовая ставка плюс", "доход на банковский капитал с учетом риска", метод "надбавки", анализ доходности клиента.

Кроме методов определения кредитной ставки стоимость кредита зависит и от выбранной системы установления и начисления процентов по ссудам. Процентные ставки по кредитам могут быть фиксированными, если они устанавливаются в момент выдачи кредита и остаются неизменными в течение всего периода кредитования; или же плавающими, то есть пересматриваться периодически в соответствии с изменением базовой ставки. Когда происходит общее снижение ставок на рынке, для коммерческого банка более выгодной является фиксированная ставка по кредитам, а в случае роста ставок - плавающая.

В процессе определения цены за кредит должна учитываться также фундаментальная концепция соотношения "риск - доходность". Чем меньше риск, связанный с конкретным субъектом туризма, тем ниже для него будет плата за кредит при других равных условиях, но и доходы банка будут более низкие. Кредитный риск представляет собой риск потери предоставленных коммерческим банком кредитных ресурсов вследствие несостоятельности заемщика погасить кредитную задолженность и уплатить проценты за пользование кредитом.

На кредитный риск в значительной степени влияет качество документирования кредитных операций. Особое значение эта процедура приобретает в условиях несовершенного законодательства, бюрократических подходов к возможности применения процедуры банкротства, значительных судебных расходов и высокой стоимости адвокатских услуг. В практике американских банков выявление просчетов в кредитном договоре после предоставления ссуды служит основой для перевода ее в категорию "специально упомянутых", то есть кредитов более рискованных по сравнению со стандартными, хотя другие условия могут быть и не нарушены.

Постоянный контроль предоставленных кредитов - неотъемлемое условие успешного банковского кредитования субъектов туризма. Изменения экономической ситуации, в которой предоставлялся конкретный кредит,

ослабляют положение некоторых субъектов туризма, что негативно отражается на их возможностях погасить ссуду. Рыночная стоимость и ликвидность залога также может изменяться и требовать постоянного контроля. В соответствии со статистическими исследованиями 80% проблемных кредитов возникают из-за недостаточного контроля уровня кредитного риска. Поэтому целесообразно учащение проверок кредитов в условиях экономического спада или в случае появления проблем в туристической отрасли.

Кредитный мониторинг проводится с целью отслеживания изменения кредитоспособности субъекта туризма. Ключевым моментом данной процедуры является поддержание тесных контактов с клиентом для получения оперативной информации, ее своевременного анализа и принятия необходимых мер по преодолению негативных последствий. Структура кредита в соответствии с кредитным договором должна быть определена так, чтобы коммерческий банк имел возможность локализовать отрицательные последствия в случае возникновения проблем. В процессе мониторинга используются сигналы, предупреждающие заранее о возможной неплатежеспособности заемщиков:

- постоянное превышение лимитов кредитования;
- нарушение графика погашения, задержка с уплатой процентов или основной суммы долга;
- неблагоприятные тенденции изменения финансовых коэффициентов (нехватка ликвидных активов, уменьшение собственного оборотного капитала);
- рост теневого оборота;
- неуплата налогов;
- несвоевременное предоставление оперативной и достоверной финансовой информации и задержка в представлении отчетности, заверенной аудиторами.

Таким образом, банковское кредитование может обеспечить необходимые финансовые средства для устойчивого развития субъектов сферы туризма. В современных экономических условиях кредитование туристической отрасли должно постоянно развиваться, необходимо обеспечить постепенное наращивание объемов финансирования. Кредитные инструменты, способы, методы и методики требуют совершенствования и постоянного развития для обеспечения современного, эффективного и достаточного уровня финансирования отрасли сферы туризма.

Л и т е р а т у р а

1 Концепция долгосрочного социально-экономического развития Российской Федерации на период до 2020 года: Распоряжение Правительства Российской Федерации от 17 ноября 2008 г. N 1662-р.

2 Лаврушин О.И., Афанасьева О.Н., Корниенко С.Л. Банковское дело: современная система кредитования: Учеб. пособие. – М.: КноРус, 2012.

3 Ольшаный А. И. Банковское кредитование / А. И. Ольшаный. – М.: Русская деловая литература, 2010.

R e f e r e n c e s

1. Konceptsiya dolgosrochnogo social'no-ehkonomicheskogo razvitiya Rossijskoj Federacii na period do 2020 goda: Rasporyazhenie Pravitel'stvaRossijskoj Federaciiot 17 noyabrya 2008 g. N 1662-r.

2. Lavrushin O.I., Afanas'eva O.N., Kornienko S.L. Bankovskoe delo: sovremennaya sistema kreditovaniya: Ucheb. posobie. – М.: KnoРус, 2012.

3. Ol'shanyj A. I. Bankovskoe kreditovanie / A. I. Ol'shanyj. – М.: Russkaya delovaya literatura, 2010.

Aleynikov A., Fedorishchev E.

BANKING LENDING TOURISM SUBJECTS

The role of bank credit in financing the activities of tourism subjects is substantiated. The essence of the concepts

"bank credit", "creditworthiness", "credit risk" is disclosed. The organizational and methodological aspects of bank crediting of tourism subjects are considered. The characteristic of the contents of the main stages of the crediting process is given.

Key words: bank crediting, the subject of tourism, credit agreement, creditworthiness, credit risk.

Алейников А.А. – к.э.н., доцент кафедры финансы и кредит ЛНУ им.В.Даля
E-mail: stranger071774@gmail.com

Федорищев Э.И. - студент 4 курса специальности финансы и кредит ЛНУ им.В.Даля

Aleynikov AA - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance and Credit LNU im.V.Dalya
E-mail: stranger071774@gmail.com

Fedorishchev E.I. - 4th year student of specialty finance and credit of LNU im.V.Dalya

Рецензент: Максимов В.В. д.э.н., проф., заведующий кафедрой экономика предприятия ЛНУ им. В.Даля

Статья подана 28.04.2017

УДК 330

ТЕХНОЛОГИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ РАЗВИТИЕМ РЫНКА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ТОВАРОВ

Гавриленко И.А.

TECHNOLOGY OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF CONSUMER GOODS

Gavrilenko I.

На основе анализа литературных источников раскрыта сущность стратегического управления формированием и развитием рынка потребительских товаров. Уточнено определение стратегии управления развитием рынка потребительских товаров. Рассмотрены инструменты управления формированием и развитием рынка потребительских товаров.

Ключевые слова. Анализ, инструмент, информационное обеспечение, механизм, мониторинг, региональный рынок, рынок потребительских товаров, стратегия, стратегическое управление, сущность,

Введение. Под стратегическим управлением понимают интегрированный управленческий подход, который объединяет элементы планирования, реализации и контроля функционирования стратегии развития. Относительно рынка потребительских товаров этот подход предполагает понимание долгосрочных целей и задач региональной политики развития, анализ внешней среды. Такой анализ должен охватывать не только внутреннюю деятельность рынка потребительских товаров, а так же внешние аспекты его функционирования.

Целью статьи является разработка технологии стратегического управления рынком потребительских товаров на региональном уровне при использовании концепции стратегического управления.

Изложение основного материала. Стратегическое управление является одним из важнейших инструментов функционирования. Прежде чем рассмотреть вопросы функционирования и механизма управления рынком потребительских товаров, необходимо четко определить сущность стратегического управления. Определение стратегического управления данные зарубежными экономистами не однозначны и сводятся в большинстве к определению аспектов и особенностей стратегического управления в отличие от оперативного управления (табл. 1).

Таким образом, под стратегическим управлением следует понимать управление рынком

потребительских товаров, которое позволяет осуществлять гибкое регулирование и своевременные корректирующие изменения в соответствии с процессами, происходящими на рынке потребительских товаров, и целенаправленно воздействовать на него с целью достижения определенных задач в долгосрочной перспективе. Одним из ключевых элементов стратегического управления является стратегия. В наиболее общем виде под стратегией управления формированием и развитием рынка потребительских товаров понимают систему долгосрочных целей обеспечения устойчивого развития и функционирования рынка потребительских товаров в целом и отдельных его сегментов. Отсутствие стратегического видения руководителей предприятий и организаций в сфере рынка потребительских товаров не дает возможности определить, какие действия и решения субъектов рынка потребительских товаров способствуют достижению желаемых результатов.

В современной экономической литературе выделяют:

стратегию-концепцию - документальное оформление понимания целей, задач и перспективных направлений развития и системы мер и ресурсов, используемых для их достижения;

стратегический план (система мер стратегического управления) - комплект плановых документов, содержащих программы, проекты и планы мероприятий по реализации стратегии социально-экономического развития территории, комплекса;

механизм стратегического управления (стратегия как процесс) - система конкретных организационных средств стратегического управления, которая рассматривается в совокупности с организационными структурами и процедурами, определяющими определенные схемы разработки, обоснования и принятия стратегии развития и обеспечивающие ее реализацию.

Т а б л и ц а 1

Определение стратегического управления зарубежными учеными

№ п/п	Автор высказывания	Трактовка	Литературный источник
1	Котлер Ф., Келлер К.Л.	Процесс определения и установления связи организации с ее окружением, который предполагает реализацию определенных целей в попытке достичь желаемого состояния взаимоотношений с окружением через распределение ресурсов, что позволит эффективно и результативно действовать организации и ее подразделениям	[1]
2	Пирс, Робертсон	Набор решений и действий относительно формирования и реализации стратегий, разработанных с целью достижения целей организации	[2]
3	Виссема Г.	Непрерывный процесс пересмотра стратегий	[2]
4	Виханский О.С.	Управление организацией, которое опирается на человеческий потенциал как основу организации, ориентирует производственную деятельность на запросы потребителей, осуществляет гибкое регулирование и своевременность изменения в организации, отвечающие вызову со стороны окружения и позволяющие достигать конкурентных преимуществ, что в совокупности в результате позволяет организации достигать своей цели в долгосрочной перспективе	[7]
5	Уорд Кит	Интегрированный управленческий подход, объединяющий элементы планирования, реализации и контроля функционирования стратегии. Этот подход предполагает понимание долгосрочных целей и задач организации, а также всесторонний анализ внешней среды, в которой действует или будет действовать организация. Такой анализ должен охватывать не только внутреннюю деятельность и ресурсы организации (как имеющиеся, так и потенциальные), а также внешние аспекты ее функционирования - конкурентов, поставщиков, потребителей, макроэкономические условия, политику правительства, нормативно-правовую среду, ее изменения и др.	[4, с. 5]

Процесс управления функционированием и развитием рынка потребительских товаров базируется на механизме, в структуре которого выделяют следующие инструменты: государственное нормативно-правовое регулирование, внутренний механизм регулирования хозяйственной деятельности субъектов рынка потребительских товаров, рыночный механизм регулирования (спрос, предложение, цена), информационное обеспечение управления, методика комплексного экономического анализа рынка потребительских товаров, контроль за реализацией управленческих решений (мониторинг основных показателей развития рынка потребительских товаров), стимулирование развития менеджмента субъектов рынка потребительских товаров (через систему аттестаций руководителей высшего звена, подготовку и переподготовку управленческих кадров) (рис. 1).

Механизм управления охватывает систему законов, принципов, предназначенных для преобразования совокупности разрозненных субъектов хозяйствования в управляемую систему.

Механизм стратегического управления требует обеспечения трудовыми и информационными ресурсами. На региональном уровне должны работать департамент, рабочие группы, проводиться семинары, основная цель деятельности которых

формирование и совершенствование стратегии и контроль реализации стратегического плана. Информационные ресурсы должны находиться в свободном доступе, постоянно пополняться за счет официальных статистических данных и мониторинга рынка.

Для более объективной характеристики и достоверной оценки уровня развития регионального рынка потребительских товаров, выявления существующих тенденций и динамики возможных изменений основными направлениями стратегического управления рынком потребительских товаров являются:

разработка и внедрение методики комплексного экономического анализа с использованием матричной оценки, которая содержит основные показатели использования ресурсов, расходы и конечные результаты функционирования рынка потребительских товаров;

формирование системы нормативно-правовых актов на основе комплексного подхода к определению правоотношений субъектов торговой деятельности и государственных органов регулирования;

совершенствование системы государственного контроля безопасности качества товаров на основе единства прав и ответственности контролирующих органов;

стабилизация налоговой политики и бюджетной системы региона как основа гражданских товарно-денежных отношений, способствующих всестороннему развитию рынка потребительских товаров;

целенаправленная перестройка инфраструктуры рынка потребительских товаров области, которая способна обеспечить сбалансированное развитие отдельных звеньев

торговой системы на принципах многообразия субъектов хозяйствования и рационализации схем товародвижения;

совершенствование производства товаров и услуг, создание механизма поддержки местных товаропроизводителей и защита рынка потребительских товаров региона, развитие фирменной торговли.

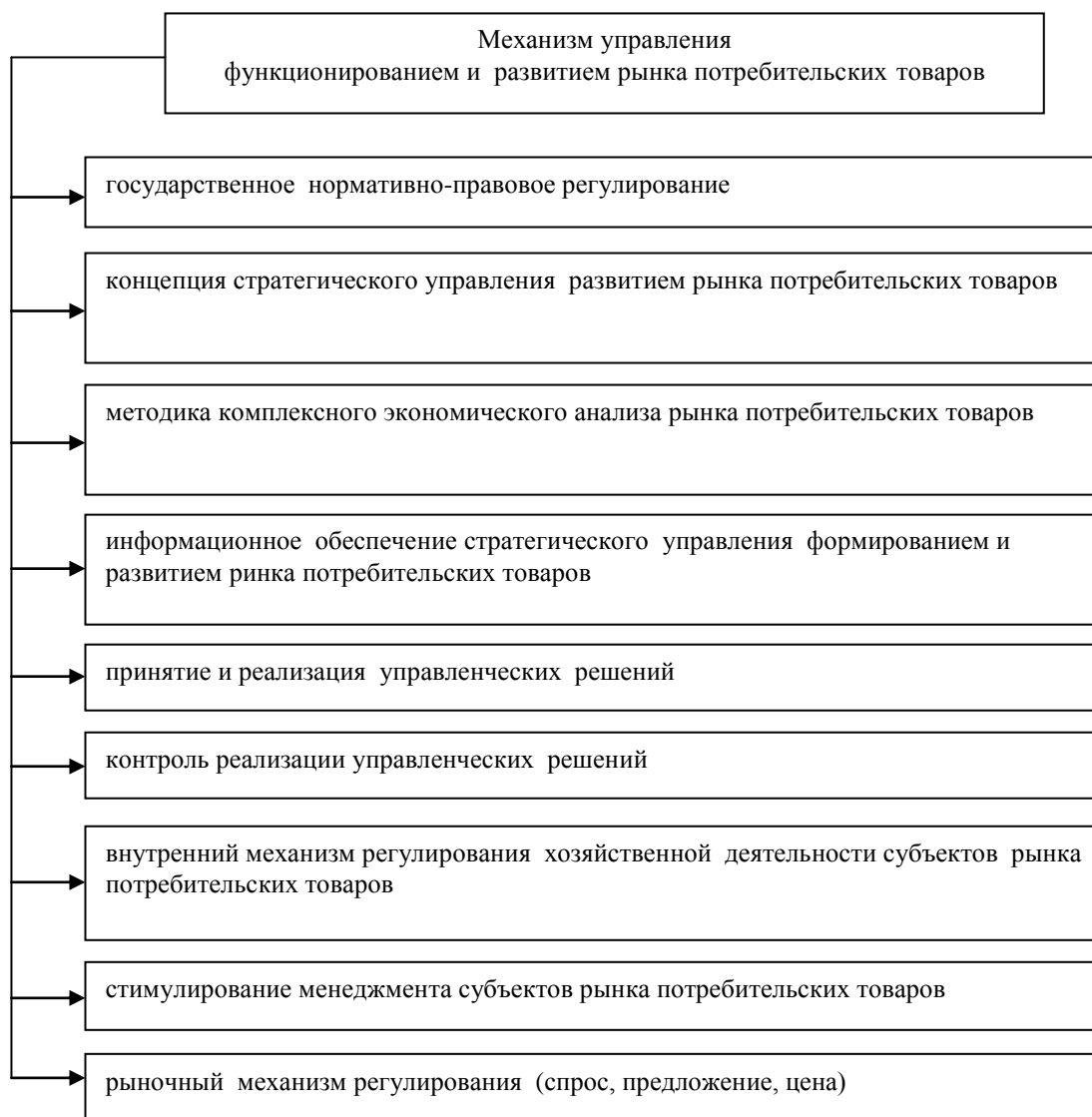


Рис. 1. Инструменты управления функционированием и развитием рынка потребительских товаров

Для того чтобы стратегию государственного регулирования можно было реализовать на практике, она должна разрабатываться в отношении конкретных внутренних и внешних обстоятельств; в противном случае цели и задачи формирования и развития рынка не станут практическим планом. Для развития региона важно, чтобы стратегии разрабатывались на определенных организационных

уровнях: региону в целом нужна общая региональная стратегия, ее территориальным подразделениям - отдельные, однако взаимно согласованные между собой конкурентные стратегии. Следует заметить, что стратегия остается только планом, если технология стратегического управления не содержит механизмов реализации выбранных стратегий (рис. 2).

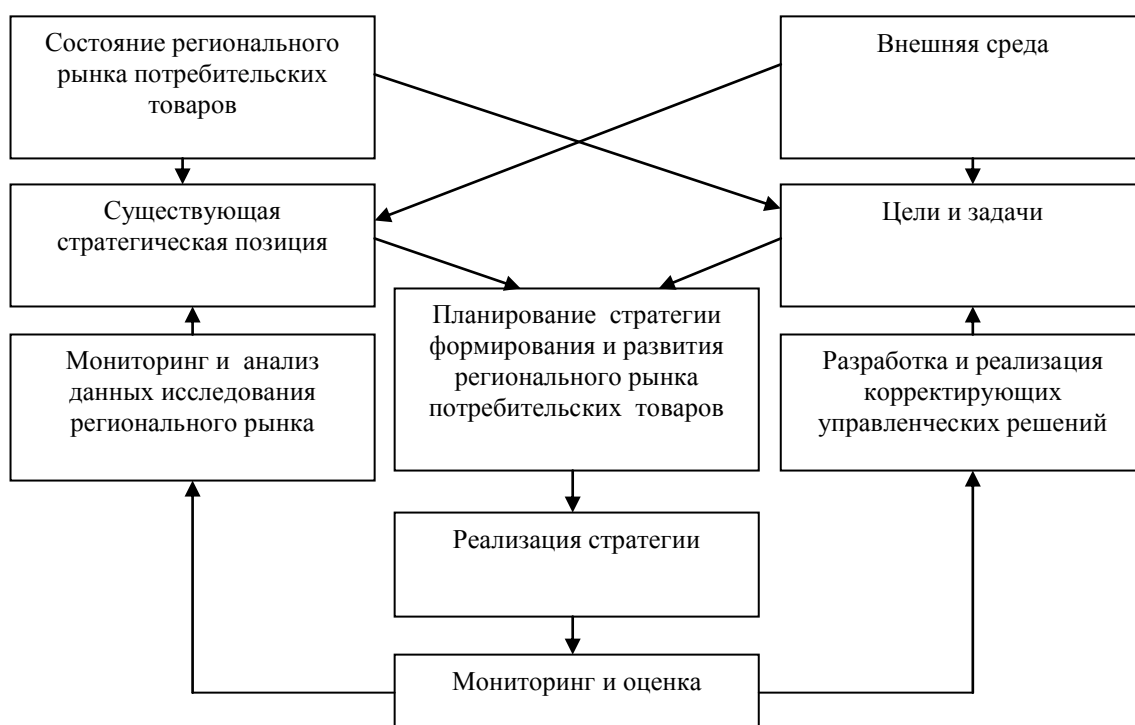


Рис. 2. Технология стратегического управления формированием и развитием регионального рынка потребительских товаров

Цели и задачи стратегия формирования и развития рынка потребительских товаров должны быть долгосрочными, и соответственно этим целям стратегия будет реализовываться в условиях постоянных изменений внешней среды. При этом следует учитывать, что достижение всех запланированных результатов не является возможных в реальных условиях. В любой законченной системе стратегического менеджмента должно быть заложена возможность оценки, контроля и корректировки стратегии по мере необходимости. Такая корректировка может привести к изменению в отдельных стратегиях, а при определенных обстоятельствах может сложиться ситуация, когда первичные цели и задачи становятся не достижимыми в экономических условиях, сложившихся в определенный промежуток времени, и имеющегося уровня внутренних ресурсов недостаточно для достижения запланированных целей. В этом случае некоторые цели требуют пересмотра и уточнения.

Для более объективной характеристики и достоверной оценки уровня развития регионального рынка потребительских товаров, выявления существующих тенденций и динамики возможных изменений основными направлениями стратегического управления рынка потребительских товаров региона являются:

разработка и внедрение методики комплексного экономического анализа с использованием матричной оценки, содержащей

основные показатели использования ресурсов, расходы и конечные результаты функционирования рынка потребительских товаров;

формирование системы нормативно-правовых актов на основе комплексного подхода к определению правоотношений субъектов торговой деятельности и государственных органов регулирования;

совершенствование системы государственного контроля безопасности качества товаров на основе единства прав и ответственности контролирующих органов;

стабилизация налоговой политики и бюджетной системы региона как основа гражданских товарно-денежных отношений, способствующих всестороннему развитию рынка потребительских товаров;

целенаправленная перестройка инфраструктуры рынка потребительских товаров региона, которая способна обеспечить сбалансированное развитие отдельных звеньев торговой системы на принципах многообразия субъектов хозяйствования и рационализации схем товародвижения;

совершенствование производства товаров и услуг, создание механизма поддержки местных товаропроизводителей и защиты рынка потребительских товаров региона, развитие фирменной торговли.

Вывод. Практическая реализация стратегического управления формирования и

развития рынка потребительских товаров предусматривает мониторинг внутренних и внешних факторов влияния на процессы рынка, в противном случае цели и задачи формирования и развития рынка потребительских товаров не станут практическим планом. В рамках региональной политики развития важно, чтобы стратегии разрабатывались на определенных организационных уровнях: для региона в целом нужна общая региональная стратегия, ее территориальным подразделениям - отдельные, однако взаимно согласованные конкурентные стратегии. При этом в системе стратегического менеджмента должна быть заложена возможность оценки, контроля и корректировки стратегии по мере необходимости, то есть стратегический менеджмент представляет собой непрерывный интерактивный процесс.

Л и т е р а т у р а

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. 14-е издание. — СПб.: Питер, 2015. — 800 с.
2. Лагутін В.Д. Внутрішній ринок споживчих товарів: теорія розвитку і регулювання: моногр. / В.Д. Лагутін.- К.: Київ. нац. Торг.-екон. Ун-т, 2008. — 327с.
3. Споживчий ринок України: методологія дослідження та регулювання: моногр. ; заг. ред. Л.О. Лігоненко. — К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2007. - 379 с.
4. Уорд Кит Стратегический управленческий учет / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2002. -448с.: ил.
5. Портет М.Э. Конкуренция: учеб. Пособ. / М.Э. Портер; пер. с англ. — М.: Вильямс. — 2000. — 495с.
6. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л., Смовженко Т.С. Фінансовий словник. -4-те вид., випр.. та доп. — К.: Т-во «Знання», КОО; Л.: Вид-во Львів. банк. ін-ту НБУ.-566с.
7. Виханский О.С. Стратегическое управление: Учебник.-2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарики, 1999.-296с.
8. Смирнов В.В. Эффективное управление развитием региона: методология, стратегия, механизм — [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://do.gendocs.ru/docs/index-29524.html>

R e f e r e n c e s

1. Kotler F., Keller K.L. Marketing menedzhment. 14-e izdanie. — SPb.: Piter, 2015. — 800 s.
2. Lagutin V.D. Vnutrishnij riнок spozhivchih tovariv: teoriya rozvitku i reguluyvannya: monogr. / V.D. Lagutin.- K.: Kiiv. nac. Torg.-ekon. Un-t, 2008. — 327s.

3. Spozhivchij riнок Ukraini: metodologiya doslidzhennya ta reguluyvannya: monogr. ; zag. red. L.O. Ligonenko. — K.: Kiiv. nac. torg.-eko. un-t, 2007. - 379 s.

4. Uord Kit Strategicheskij upravlencheskij uchet / Per. s angl. — M.: ZAO «Olimp-Biznes», 2002. -448s.: il.

5. Portet M.EH. Konkurenciya: ucheb. Posob. / M.EH. Porter; per. s angl. — M: Vil'yams. — 2000. — 495s.

6. Zagorodnij A.G., Voznyuk G.L., Smovzhenko T.S. Finansovij slovník. -4-te vid., vipr.. ta dop. — K.: T-vo «Znannya», KOO; L.: Vid-vo L'viv. bank. in-tu NBU.-566s.

7. Vihanskij O.S. Strategicheskoe upravlenie:Uchebnik.-2-e uzd., pererab. i dop. — M.: Gardariki, 1999.-296s.

8. Smirnov V.V. EHffektivnoe upravlenie razvitiem regiona: metodologiya, strategiya, mekhanizm — [Elektronnij resurs]. — Rezhim dostupu: <http://do.gendocs.ru/docs/index-29524.html>

Gavrilenko I.

TECHNOLOGY OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE DEVELOPMENT OF THE MARKET OF CONSUMER GOODS

Based on the analysis of literary sources, the essence of strategic management of the formation and development of the consumer goods market is disclosed. The definition of a strategy for managing the development of the consumer goods market has been clarified. The tools for managing the formation and development of the consumer goods market are considered.

Keywords. *Analysis, tool, information support, mechanism, monitoring, regional market, consumer goods market, strategy, strategic management, essence.*

Гавриленко И.А. - старший преподаватель кафедры «Туризм и гостиничное хозяйство» Луганский национальный университет имени Владимира Даля.
E-mail: gavinn@mail.ru

Gavrilenko Inessa - senior lecturer of Tourism and Hospitality Department, Of Luhansk Vladimir Dahl National University.
E-mail: gavinn@mail.ru

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, заведующая кафедрой «Туризм и гостиничное хозяйство».

Статья подана 02.05.2017

УДК 657

УЧЕТ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТУРИСТИЧЕСКОЙ СФЕРЫ: ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ ЕГО ОРГАНИЗАЦИИ

Ефременко Е.В., Терешонок Е.Н.

ACCOUNTING IN THE ENTERTAINMENT ENTERPRISES OF THE TOURISM SPHERE: MAIN ASPECTS OF ITS ORGANIZATION

Efremenko E., Tereshonok E.

Раскрыты и исследованы особенности деятельности субъектов туристической сферы. Обозначена специфика бухгалтерского учета предприятий туризма. Указаны факторы, которые оказывают наибольшее влияние на построение бухгалтерского учета.

Ключевые слова: бухгалтерский учет, организация учета, отчетность, туризм, туристическая деятельность, туристические услуги.

Одной из наиболее высокодоходных сфер деятельности является туристическая деятельность. В ее основе лежит удовлетворение человеческих потребностей и желаний познания окружающего мира. С развитием сферы туризма и осуществлением туристической деятельности становится возможным повышение жизненного уровня населения, развитие информационных технологий, сферы развлечений, транспорта, общественного питания и одновременно обеспечение сохранности и восстановления памятников истории, архитектуры, культуры. В связи с этим возникают туристические агентства и операторы, другие субъекты туристической деятельности (гостиницы, отели, туристические комплексы, кемпинги, пансионаты, рестораны и другие предприятия общественного питания, учреждения культуры и спорта).

Для привлечения больших объемов инвестиций и дальнейшего качественного развития индустрии туризма возникает потребность в рациональной организации бухгалтерского учета для эффективного управления и необходимость в четком определении финансовых результатов деятельности туристических предприятий.

Вопросами организации и ведения учета на предприятиях туристической сферы занимались такие ученые-экономисты, как Балченко З.А., Балашова Р.И. [1], Богданова Ж.А. [2], Грибова Л. [4], Гончаренко А.Н. [3], Пінчук Т.А. [7], Рошко Н.Б. [6], Шрам Т.В. [7] и др.

Особое внимание в работах этих ученых уделено:

организации бухгалтерского учета деятельности туристических операторов и туристических агентов, процессу формирования себестоимости туристического продукта и совершенствованию контрольных процедур на туристических предприятиях [2, 7];

исследованию особенностей деятельности туристических предприятий, влияющих на методику и организацию учета затрат и формирования себестоимости туристического продукта [3, 7];

разработке теоретических и практических направлений совершенствования управления доходами и расходами на туристических предприятиях, а также рассмотрению вопроса применения информационных технологий и определения их влияния на эффективность туристической деятельности, формированию учетной политики [1].

Однако в связи со сложившимися современными условиями деятельности в сфере туризма на территории Луганской области и налаживанием новых партнерских отношений с зарубежными странами отдельные вопросы организации бухгалтерского учета на предприятиях туристической индустрии остаются открытыми для рассмотрения, обобщения и доработки.

На организацию бухгалтерского учета на предприятии, в том числе предприятии туристической сферы в первую очередь влияет вид деятельности субъекта. Поскольку в Луганской народной республике еще нет закона, регулирующего сферу туризма, то действует пока Закон Украины «О туризме» [5]. В соответствии с ним к субъектам, которые осуществляют и / или обеспечивают туристическую деятельность относятся:

туристические операторы (туроператоры) - юридические лица, для которых исключительной деятельностью является организация и обеспечение

создания туристического продукта, реализация и предоставление туристических услуг, а также посредническая деятельность по предоставлению характерных и сопутствующих услуг, и которые в установленном порядке получили лицензию на туроператорскую деятельность. Фирма-туроператор зачастую является оптовым продавцом, который реализует свой продукт посредникам - продавцам, то есть турагентам. В то же время туроператор может продавать путевки и самостоятельно непосредственно потребителям туристического продукта, т.е. туристам;

туристические агенты (турагенты) - юридические лица, а также физические лица-предприниматели, которые осуществляют посредническую деятельность по реализации туристического продукта туроператоров и туристических услуг других субъектов туристической деятельности, а также посредническую деятельность по реализации характерных и сопутствующих услуг. Фирма турагент продает за определенное вознаграждение туры фирмы-туроператора на основании заключенного между ними договора - агентского соглашения;

другие субъекты предпринимательской деятельности, предоставляющие услуги по временному размещению (проживанию), питанию, экскурсионные, развлекательные и другие туристические услуги;

гиды-переводчики, экскурсоводы, спортивные инструкторы, проводники и другие специалисты туристического сопровождения – физические лица, осуществляющие деятельность, связанную с туристическим сопровождением, и которые в установленном порядке получили разрешение на право осуществления туристического сопровождения, кроме лиц, которые работают на соответствующих должностях предприятий, учреждений, организаций, которым принадлежат или которые обслуживают объекты посещения;

физические лица, не являющиеся субъектами предпринимательской деятельности и предоставляют услуги по временному размещению (проживанию), питанию и т.д. [5].

Особенности организации бухгалтерского учета деятельности субъектов рынка туристических услуг напрямую связаны с определением понятия «туристический продукт». В соответствии со статьей 1 Закона Украины «О туризме» под туристическим продуктом понимают предварительно разработанный комплекс туристических услуг, который объединяет не менее двух таких услуг и реализуется или предлагается для реализации по определенной цене, в состав которого входят услуги перевозки, размещения и другие туристические услуги, не связанные с перевозкой и размещением (услуги по организации посещения объектов культуры, отдыха и развлечений, реализации сувенирной продукции и

т.п.) есть услуги, направленные на удовлетворение потребностей туриста во время его путешествия [5].

Определяя туристическую услугу коротко, следует отметить, что она представляет собой целесообразную деятельность по удовлетворения любой потребности туриста. Туристические услуги и товары делятся на две группы: характерные (основные) и сопутствующие (дополнительные).

Поскольку туризм – это временное перемещение человека с места постоянного проживания в туристический объект в оздоровительных, познавательных или других целях и возвращение назад, то появилось понятие «тур», которое подразумевает под собой целенаправленное путешествие людей (пешеходное или на транспорте) по определенному маршруту в конкретные сроки продолжительностью более 24 часов, но не более одного года. Такая продолжительность путешествий требует обеспечения туристов определенным комплексом услуг, который называется пакетом туристических услуг по соответствующему маршруту (туру). Поэтому в широком смысле понятие «тур» охватывает не только туристический маршрут, но и пакет товаров и услуг, необходимых туристам во время путешествия по этому маршруту.

На сегодня тур как единство маршрута с его материально-техническим, культурным и другим обеспечением является товаром, цена на который определяется по законам рынка.

Таким образом, субъект туристической деятельности, во-первых, образуется в соответствии с действующим законодательством страны; во-вторых, занимается формированием (созданием) и / или реализацией туристического продукта (услуги); в-третьих, функционирует на принципах коммерческого расчета с целью максимизации прибыли или иного эффекта, в том числе и социального.

Потребление туристического продукта завершает воспроизводственный цикл движения туристических услуг. Туристические ресурсы при этом являются факторами формирования туров как комплекса туристических услуг по определенному маршруту путешествий.

В условиях рынка, как туристические ресурсы, так и результаты их использования получают все свойства товара – полезность для потребителя и цену для производителя.

Организация бухгалтерского учета на предприятиях, в учреждениях и организациях – это система методов, способов, мероприятий, обеспечивающих оптимальное функционирование и развитие в целях бухгалтерского учета.

К основным принципам учета туристической деятельности относятся:

- осмотрительность;
- полное освещение;
- автономность;
- последовательность;

- непрерывность;
- начисление и соответствие доходов и расходов;
- превалирование сущности над формой;
- историческая (фактическая) себестоимость;
- единый денежный измеритель;
- периодичность.

Определив сущность туристической деятельности, и рассмотрев принципы бухгалтерского учета, можно утверждать о полном их применении на предприятиях туристической сферы.

Одной из особенностей организации бухгалтерского учета предприятиями туристической сферы является механизм осуществления документооборота. Его организация и масштабы влияют на составляющие организации учета на туристическом предприятии. Объем документооборота, в первую очередь, зависит от вида деятельности туристической фирмы.

Оформление туристической документации и страхование туристов могут осуществлять как туроператор, так и турагент - по договоренности. Агентское вознаграждение закладывается туроператором, как комиссионный процент в цену турпакета или равно проценту скидки с розничной цены тура. В некоторых случаях турагент может делать собственные начисления на цену, по которой тур приобретен у туроператора. Одна и та же фирма может быть на туристическом рынке как туроператор так и как турагент одновременно. Среди фирм туроператор есть операторы массового рынка, которые предлагают свои услуги широкому кругу потребителей, и специализированные фирмы, которые действуют на определенном сегменте туристического рынка, предлагая отдельные виды путешествий или ориентируясь на отдельные слои потребителей (круизные компании, фирмы, специализирующиеся на обслуживании VIP-клиентов, детских групп и т.п.). По направлению деятельности различают фирмы, которые отправляют туристов (инициативные), и такие, которые принимают и обслуживают туристов (рецептивные), а также смешанные.

Чаще всего туристическая фирма действует как посредник между потребителем услуг – туристом и непосредственным их производителем – предприятиями обслуживания.

Главным документом, на основании которого строятся взаимоотношения субъекта туристической деятельности с клиентами, является договор (соглашение, контракт).

Договорные отношения туриста и туристической фирмы складываются как отношения покупателя (заказчика) и продавца (исполнителя). При этом следует помнить об особом характере «продукта», который покупается у туристической фирмы. Туристы надеются получить необходимый комплекс услуг. Фирма же предоставляет, как правило, не сами услуги, а права (гарантии)

получения их в определенное время, в определенном месте, предоставленные другими фирмами. Приобретение туристом совокупности этих прав (гарантий) оформляется туристической путевкой, которая является предметом реализации туристической фирмы. Объем реализации туристической фирмы возникает в том отчетном периоде, в котором осуществляется продажа путевки, а не тогда, когда фактически состоялось путешествие.

Получение туристом туристических услуг – это уже процесс потребления приобретенной «продукции». Конечно, турист, как и потребитель любой другой продукции (услуг), вправе предъявлять претензии туристической фирме, которая продала ему продукт, в случае неполучения или получения неполного объема услуг. При этом у продавца (исполнителя) нет никаких оснований считать свою продукцию нереализованной только потому, что, возможно, будут предъявлены претензии.

Главным туристическим документом является туристический ваучер (путевка). Он является многофункциональным документом: подтверждает статус туриста, гарантирует ему получение всех указанных в ваучере и оплаченных туристом услуг. Для принимающей стороны он является гарантом получения от фирмы, которая отправила туриста, определенных средств, которые уплатил турист.

Туристический ваучер (путевка) – документ, подтверждающий статус лица или группы лиц как туристов, оплату услуг или ее гарантию и является основанием для получения туристом или группой туристов туристических услуг. Туристический ваучер (путевка) – это письменный акцепт субъекта туристической деятельности на производство и продажу туристического продукта. Он (она) является неотъемлемой частью соглашения, а также документом первичного учета субъектов туристической деятельности [4].

Организация учета у туроператоров и турагентов зависит от особенностей документального оформления хозяйственных операций и осуществления расчетов, возможности применения упрощенной формы учета (для туроператоров и турагентов, которые не имеют собственной материальной базы). Они могут использовать упрощенный план счетов и регистры для малых предприятий.

Бухгалтерский учет туристических операций отражается как операции с услугами, которые позволяют туроператору принимать наличность при оплате стоимости туров без регистраторов расчетных операций, но с применением кассовых ордеров и выдачей соответствующих квитанций. Синтетический учет у субъектов туристической деятельности ведется в основном по классификации: в зависимости от субъекта туристической деятельности; в зависимости от вида туризма, который учитывается.

Относительно учета доходов от туристической деятельности, то существует два подхода к дате признания дохода туристической фирмы в бухгалтерском учете. Согласно первому, доход возникает на дату поступления средств на текущий счет или в кассу туристической фирмы в качестве оплаты за турпродукт, но более правильным считается второй подход, согласно которому доход признается только по дате окончания тура.

Учет расходов ведется в соответствии с П(С)БУ 16 «Расходы». Расходами отчетного периода признаются или уменьшение активов, или увеличение обязательств, что приводит к уменьшению собственного капитала предприятия (исключая уменьшение капитала вследствие его изъятия или распределения собственниками), при условии, что эти расходы могут быть достоверно оценены. Расходы признаются расходами определенного периода одновременно с признанием дохода, для получения которого они осуществлены. Расходы, которые невозможно прямо связать с доходом определенного периода, отражаются в составе расходов того отчетного периода, в котором они осуществлены [4]. Небольшие туристические фирмы могут вести учет только на счете 23 (не используя счетов 92, 93) или только на счетах класса 8. Санаторно-курортные учреждения используют счета 92 и 93.

Среди расходов туристической деятельности незначительное место занимают материальные расходы и расходы на амортизацию, особенно это касается деятельности фирм-турагентов.

Порядок учета общепроизводственных расходов на счетах бухгалтерского учета определяется учетной политикой предприятия. Учетная политика субъекта туристической деятельности должна определять счет учета общепроизводственных расходов, порядок их распределения и списания в конце отчетного периода. Общепроизводственные расходы могут в момент их появления сразу относиться в дебет счета 23 «Производство» или учитываться на счете 91 «Общепроизводственные расходы». Во втором варианте они списываются с кредита счета 91 «Общепроизводственные расходы» в дебет счета 23 «Производство» или в полном объеме, или в сумме распределенных постоянных общепроизводственных расходов.

Нераспределенные постоянные общепроизводственные расходы списываются с кредита счета 91 «Общепроизводственные расходы» непосредственно в дебет счета 903 «Себестоимость реализованных услуг». Организация аналитического учета по счетам 23 «Производство», 91 «Общепроизводственные расходы», 92 «Административные расходы», 93 «Расходы на сбыт» осуществляется по объектам расходов в соответствии с принятой учетной политикой предприятия.

Для учета операций туристической деятельности на счетах бухгалтерского учета используют специфические счета: 08 «Бланки строгой отчетности» - для обобщения информации о неоплаченных ваучерах (путевках); 331 «Денежные документы в национальной валюте» - для учета оплаченных путевок в санатории, пансионатов, домов отдыха и т.д.; 333 «Денежные средства в пути в национальной валюте» - для учета денежных средств в национальной валюте, перечисленных для покупки иностранной валюты; 71 «Прочий операционный доход» - для учета дохода турагента, комиссионного вознаграждения; 94 «Прочие расходы операционной деятельности» - для учета средств, которые турагент перечисляет туроператору; 903 «Себестоимость реализованных работ и услуг» - для обобщения информации о расходах, которые включаемых в себестоимость реализованных туристических услуг; 703 «Доход от реализации работ и услуг» - для обобщения информации о доходах от реализации туристических услуг; 704 «Вычеты из дохода» - для отображения у турагента сумм полученного дохода, который перечисляется туроператору.

Поскольку учет туристической деятельности достаточно специфический, то для выполнения функций контроля на предприятии данной сферы в данное время развития технологий рациональным является внедрение автоматизации учетного процесса. В практике такое программное обеспечение помимо ведения учета, составления отчетности, осуществляет такие сопутствующие функции, как: бронирование отелей, заказ билетов, организация экскурсий, страхование и другое.

Кроме того, целесообразно проводить регулярный углубленный анализ взаимосвязи расходов, объема деятельности и прибыли, что позволит наладить эффективное управление субъектом туристической индустрии.

Организация и методика бухгалтерского учета в туризме в значительной степени обусловлена особенностями этой сферы экономики, среди которых наиболее значимыми являются:

высокая социальная значимость, что приводит к контролю со стороны государства и государственному регулированию;

одновременность и местный характер производства и потребления услуг, а следовательно – отсутствие запасов готовой продукции;

специфическая структура основных средств и расходов;

специфичность взаимоотношений и расчетов с потребителями услуг.

Подождоживая, следует отметить, что при организации бухгалтерского учета туристической деятельности следует принимать во внимание:

- вид деятельности субъекта хозяйствования: фирма-туроператор или фирма-турагент;

- показателем эффективности деятельности субъектов туристической индустрии является

количество туристов, которым предоставлены услуги;

- процесс производства услуги совпадает с моментом ее потребления;

- изменение качества туристического продукта требует четкой организации учета расчетов по претензиям потребителей к качеству услуг.

Бухгалтерский учет, как средство организации деятельности предприятий туристической сферы, будет всегда использоваться, при этом его идеология требует дальнейшего совершенствования. П(С)БУ 16 «Затраты» не учитывает специфику деятельности туристических предприятий, поэтому возникает необходимость в разработке рекомендаций по учету затрат и калькуляции стоимости туристического продукта.

Л и т е р а т у р а

1. Балашова Р.І. Розвиток туристичного підприємства: теорія та практика : монографія / Р.І. Балашова ; Донец. ін-т турист. бізнесу. – Донецьк : Вебер, 2009. – 343 с.

2. Богданова Ж.А. Бухгалтерський облік і контроль туристичної діяльності : автореф. дис. ... к.е.н. : 08.00.09 / Ж.А. Богданова ; Житомир. держ. технол. ун-т. – Житомир, 2011. – 20 с.

3. Гончаренко О.М. Облік витрат та аналіз собівартості туристичного продукту : автореф. дис. ... к.е.н. : 08.00.09 / О.М. Гончаренко ; Київ. нац. торг.-екон. ун-т. – К., 2012. – 24 с.

4. Грибова Л. Туризм: організація та облік [Електронний ресурс] / Л.Грибова. – Режим доступу : <http://dtk.com.ua/show/1cid01916.html>.

5. Закон України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95-ВР [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.

6. Рошко Н.Б. Особливості обліку туристичних послуг, обумовлені специфікою туристичної діяльності / Н.Б. Рошко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2010_6/20_OsOT.pdf.

7. Шрам Т.В. Формування собівартості туристичного продукту: обліковий аспект / Т.В. Шрам, Т.А. Пінчук // Причорноморські економічні студії. Вип.7. – 2016. – С. 243-247.

R e f e r e n c e s

1. Balashova R.I. Rozvitok turistichnogo pidpriemstva: teoriya ta praktika : monografiya / R.I. Balashova ; Donec. in-t turist. biznesu. – Donec'k : Veber, 2009. – 343 s.

2. Bogdanova ZH.A. Buhgalters'kij oblik i kontrol' turistichnoï diyal'nosti : avtoref. dis. ... k.e.n. : 08.00.09 /

ZH.A. Bogdanova ; ZHitomir. derzh. tekhnol. un-t. – ZHitomir, 2011. – 20 s.

3. Goncharenko O.M. Oblik vitrat ta analiz sobivartosti turistichnogo produktu : avtoref. dis. ... k.e.n. : 08.00.09 / O.M. Goncharenko ; Kiïv. nac. torg.-ekon. un-t. – K., 2012. – 24 s.

4. Gribova L. Turizm: organizaciya ta oblik [Elektronnij resurs] / L.Gribova. – Rezhim dostupu : <http://dtk.com.ua/show/1cid01916.html>.

5. Zakon Ukraïni «Pro turizm» vid 15.09.1995 № 324/95-VR [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/324/95>.

6. Roshko N.B. Osoblivosti obliku turistichnih poslug, obumovleni specifikoyu turistichnoï diyal'nosti / N.B. Roshko [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/znpn/2010_6/20_OsOT.pdf.

7. SHram T.V. Formuvannya sobivartosti turistichnogo produktu: oblikovij aspekt / T.V. SHram, T.A. Pinchuk // Prichornomors'ki ekonomichni studii. Vip.7. – 2016. – S. 243-247.

Efremenko E., Tereshonok E.

ACCOUNTING IN THE ENTERTAINMENT ENTERPRISES OF THE TOURISM SPHERE: MAIN ASPECTS OF ITS ORGANIZATION

The peculiarities of the activity of the subjects of the tourist sphere are revealed and investigated. Specificity of accounting of tourism enterprises is indicated. The factors that have the greatest impact on the construction of accounting are indicated.

Keywords: accounting, organization of accounting, reporting, tourism, tourist activity, tourist services.

Ефременко Е.В. – зав.кафедрой учета и аудита, к.э.н., доц. ЛНУ им. В.Даля.

E-mail: efre-elen@mail.ru

Терешонок Е.Н. – старший преподаватель кафедры учета и аудита ЛНУ им. В.Даля.

Efremenko E.V. - Head of the Accounting and Audit Department, Candidate of Economic Sciences, Assoc. LNU them. V.Dahl.

E-mail: efre-elen@mail.ru

Tereshonok E.N. - Senior Lecturer, Accounting and Audit Department, LNU. Valla

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., проф., директор института экономики и финансов ЛНУ им. В.Даля

Статья подана 04.04.2017

УДК 657

ОТВЕТСТВЕННОСТЬ ГЛАВНОГО БУХГАЛТЕРА ПРЕДПРИЯТИЯ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ

Ковба А.Ю., Кобещанов А.С.

RESPONSIBILITY OF THE CHIEF ACCOUNTANT OF THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS

Kovba A., Kobewanov A.

В статье рассматриваются виды ответственности, предусмотренные действующим законодательством, которые могут применяться к главному бухгалтеру (должностному лицу) предприятия.

Ключевые слова: *главный бухгалтер, должностное лицо, юридическая ответственность, административная ответственность, уголовная ответственность, дисциплинарная ответственность, материальная ответственность.*

В настоящее время для главного бухгалтера актуальным вопросом является вид ответственности за допущенные им нарушения при ведении учета на предприятии. В современных условиях, когда постоянно меняется действующее законодательство, значительно повышается риск совершения ошибок. Главный бухгалтер, в зависимости от того, является ли он штатным работником предприятия либо ведет учет на договорной основе, за совершенные нарушения может быть привлечен к ответственности, установленной трудовым, гражданским, административным и уголовным законодательством.

Ответственность главного бухгалтера не зависит от формы собственности предприятия. Конкретный вид и мера ответственности зависят от нарушений им законодательства. Один из способов решения данной проблемы заключается в компетенции главного бухгалтера, его профессионализме и всестороннем знании действующего законодательства.

Должностными лицами уполномоченными выступать от имени предприятия является руководитель и главный бухгалтер.

Должностное лицо - это руководители и заместители руководителей государственных органов и их аппарата, другие государственные служащие, на которых законами или другими нормативными актами возложено осуществление организационно-распорядительных и консультативно-совещательных функций [5].

С целью достоверного и полного отражения всех финансово-хозяйственных операций по всем видам деятельности предприятия ведется бухгалтерский учет. Пунктом 2 ст. 8 Закона «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» от 16.07.99 г. № 996-XIV (далее - Закон № 996-XIV) определено, что вопросы организации бухгалтерского учета на предприятии относятся к компетенции его собственника (собственников) или уполномоченного органа (должностного лица) в соответствии с законодательством и учредительными документами.

На основании п. 4 Закона № 996-XIV для обеспечения ведения бухгалтерского учета предприятие самостоятельно выбирает одну из форм его организации, а именно [4]:

введение в штат предприятия должности бухгалтера или создание бухгалтерской службы во главе с главным бухгалтером;

пользование услугами специалиста по бухгалтерскому учету, зарегистрированного как предприниматель, который осуществляет предпринимательскую деятельность без создания юридического лица;

ведение на договорных началах бухгалтерского учета централизованной бухгалтерией или аудиторской фирмой;

самостоятельное ведение бухгалтерского учета и составление отчетности непосредственно собственником или руководителем предприятия.

Наиболее распространенной организационной формой для ведения бухгалтерского учета и учета по налоговому законодательству на предприятии является бухгалтерская служба во главе с главным бухгалтером, который назначается руководителем предприятия. Он несет ответственность за формирование учетной политики, ведение бухгалтерского учета, своевременное представление полной и достоверной бухгалтерской отчетности. Таким образом, главный бухгалтер предприятия является должностным лицом предприятия.

За нарушение законодательства должностные лица предприятия привлекаются к ответственности, которая зависит от вида нарушения:

- Административная;
- Материальная;
- Уголовная;
- Дисциплинарная.

Правовые нормы, устанавливающие административную ответственность, содержатся в Главе 2 Кодекса Луганской Народной Республики об административных правонарушениях (далее – КЛНРоАП) [2].

Согласно ст. 2.2. КЛНРоАП административное правонарушение может быть двух форм: умышленно совершенное и совершенное по неосторожности. Административная ответственность за правонарушения наступает, если эти нарушения по своему характеру не влекут в соответствии с законом уголовной ответственности (предупреждение, штраф).

Главный бухгалтер является наемным работником, а это означает, что, как и любой другой работник, он может быть привлечен к дисциплинарной ответственности. Такая ответственность наступает вследствие нарушения трудовой дисциплины (трудового законодательства, правил внутреннего трудового распорядка, должностных инструкций и т.п.), правовые нормы которой содержатся в Трудовой Кодекс ЛНР (далее – ТКЛНР).

Согласно ст. 213 ТКЛНР за совершение дисциплинарного проступка, то есть неисполнение или ненадлежащее исполнение работником по его вине возложенных на него трудовых обязанностей, работодатель имеет право применить следующие дисциплинарные взыскания:

- 1) замечание;
- 2) выговор;
- 3) увольнение по соответствующим основаниям [3].

Главный бухгалтер предприятия не является материально ответственным лицом во всех случаях, кроме выполнения им функций кассира.

Материальная ответственность заключается в обязанности лица возместить ущерб или иным образом восстановить нарушенные права другого лица, вызвано правонарушением.

Материальную ответственность главный бухгалтер может нести только в порядке, предусмотренном законодательством, при наличии следующих условий (глава 39 ТКЛНР):

причинение предприятию прямого действительного ущерба (реальное уменьшение наличного имущества работодателя или ухудшение состояния указанного имущества (в том числе имущества третьих лиц, находящегося у работодателя, если работодатель несет ответственность за сохранность этого имущества), а также необходимость для работодателя произвести затраты либо излишние выплаты на приобретение, восстановление имущества либо на возмещение ущерба, причиненного работником третьим лицам) ст. 274;

недостачи ценностей, вверенных ему на основании специального письменного договора или полученных им по разовому документу;

умышленного причинения ущерба;

причинения ущерба в состоянии алкогольного, наркотического или иного токсического опьянения;

причинения ущерба в результате преступных действий работника, установленных приговором суда;

причинения ущерба в результате административного проступка, если таковой установлен соответствующим государственным органом;

разглашения сведений, составляющих охраняемую законом тайну (государственную, служебную, коммерческую или иную), в случаях, предусмотренных законами;

причинения ущерба не при исполнении работником трудовых обязанностей (ст. 279 ТКЛНР).

Самый строгий вид ответственности — уголовная ответственность, предусмотренная Уголовным Кодексом ЛНР (далее – УКЛНР).

Уголовная ответственность - совершение главным бухгалтером общественно опасного деяния, запрещенного настоящим кодексом под угрозой наказания (ст.15 УКЛНР) [1, с.6]. Формы вины представлены на рис.1.

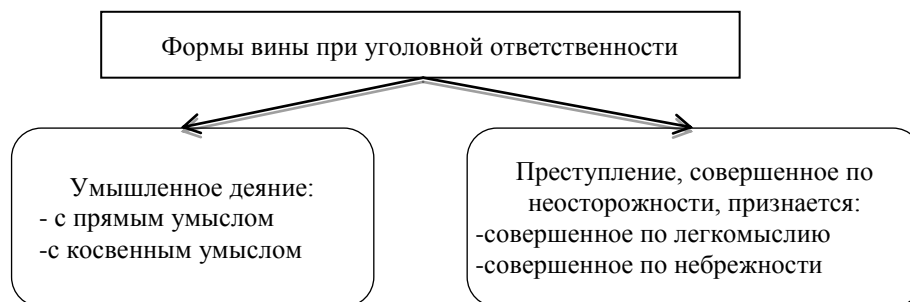


Рис. 1. Формы вины при уголовной ответственности согласно Главы 5 УКЛНР

Главный бухгалтер несет уголовную ответственность по следующим статьям УК ЛНР и в таких размерах [1]:

Статья 225. Уклонение от уплаты таможенных платежей, должностным лицом с использованием своего служебного положения, наказывается лишением свободы на срок от пяти до десяти лет со штрафом в размере до двухсот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до пяти лет или без такового и с ограничением свободы на срок до полутора лет или без такового. Уклонение от уплаты таможенных платежей признается совершенным в крупном размере, если сумма неуплаченных таможенных платежей за товары, перемещенные через таможенную границу Луганской Народной Республики, в том числе в одной или нескольких товарных партиях, превышает тридцать, а в особо крупном размере – девяносто минимальных размеров оплаты труда;

Статья 230. Уклонение от уплаты налогов и (или) сборов с организации путем непредставления налоговой декларации или иных документов, либо путем включения в налоговую декларацию или такие документы заведомо ложных сведений, совершенное в крупном размере, наказывается штрафом в размере от двадцати пяти до семидесяти пяти минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового, либо арестом на срок до шести месяцев, либо лишением свободы

Статья 231. Неисполнение обязанностей налогового агента по исчислению, удержанию или перечислению налогов и (или) сборов,

совершенное в крупном размере, наказывается штрафом в размере от пятнадцати до пятидесяти минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период от одного года до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового, либо арестом на срок до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового;

Статья 232. Соккрытие денежных средств либо имущества организации или физического лица-предпринимателя, за счет которых должно производиться взыскание налогов и (или) сборов наказывается штрафом в размере от пятидесяти до ста минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода

осужденного за период от восемнадцати месяцев до трех лет, либо принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового, либо лишением свободы на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового;

Статья 235. Злоупотребление полномочиями - использование лицом, выполняющим управленческие функции в коммерческой или иной организации, своих полномочий вопреки законным интересам этой организации и в целях извлечения выгод и преимуществ для себя или других лиц либо нанесения вреда другим лицам, если это деяние повлекло причинение существенного вреда правам и законным интересам граждан или организаций либо охраняемым законом интересам общества или государства,-

наказывается штрафом в размере тридцати минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до восемнадцати месяцев, либо обязательными работами на срок до четырехсот восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до четырех лет, либо арестом на срок до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до четырех лет.

тяжкие последствия, наказывается штрафом в размере до двухсот минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до пяти лет или без такового, либо принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового, либо лишением свободы на срок до десяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет;

Статья 362 - Служебный подлог, то есть внесение должностным лицом в официальные документы заведомо ложных сведений, а равно внесение в указанные документы исправлений, искажающих их действительное содержание, если эти деяния совершены из корыстной или иной личной заинтересованности наказываются штрафом в размере до десяти минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до шести месяцев, либо обязательными работами на срок до четырехсот восьмидесяти часов, либо исправительными работами на срок до двух лет, либо принудительными работами на срок до двух лет, либо арестом на срок до шести месяцев, либо лишением свободы на срок до двух лет.

Статья 364. Халатность, то есть неисполнение или ненадлежащее исполнение должностным лицом своих обязанностей вследствие недобросовестного или небрежного отношения к службе, если это повлекло причинение крупного ущерба или существенное нарушение прав и законных интересов граждан или организаций либо охраняемых законом интересов общества или государства, наказывается штрафом в размере до двадцати пяти минимальных размеров оплаты труда или в размере заработной платы или иного дохода осужденного за период до одного года, либо обязательными работами на срок до трехсот шестидесяти часов, либо исправительными работами на срок до одного года, либо арестом на срок до трех месяцев.

То же деяние, повлекшее по неосторожности причинение тяжкого вреда здоровью или смерть человека, наказывается принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового либо лишением свободы на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

3. Деяние, предусмотренное частью первой настоящей статьи, повлекшее по неосторожности смерть двух или более лиц, наказывается принудительными работами на срок до пяти лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового либо лишением свободы на срок до семи лет с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью на срок до трех лет или без такового.

Примечание. Крупным ущербом в настоящей статье признается ущерб, сумма которого превышает сорок пять минимальных размеров оплаты труда.

Перечисленные выше статьи УКЛНР устанавливают возможность наступления и меру уголовной ответственности бухгалтера в зависимости от размера неуплаченных сумм налогов, сборов (других обязательных платежей) либо причиненного ущерба. Эта величина, в свою очередь, в Кодексе выражена в минимальных размерах оплаты труда. Для целей квалификации преступления и привлечения к уголовной ответственности минимальный размер оплаты труда на 01.04.2017 составляет 3087 рублей.

Таким образом, круг обязанностей главного бухгалтера ограничен нормами действующего законодательства. Кроме того, некоторые из них могут быть более детально расшифрованы и уточнены в должностной инструкции. Главный бухгалтер в случае неисполнения или ненадлежащего исполнения возложенных на него полномочий несет ответственность согласно действующему законодательству. Главному бухгалтеру предприятия необходимо быть бдительным, чтобы успевать за нововведениями в законодательстве, проверять

правильность ведения учета, правильно хранить первичные документы, своевременно и правильно составлять отчетность предприятия и т. п., поскольку, именно от его действий зависит какой вид ответственности может применяться к нему, как должностному лицу в случае допущенных ошибок.

Литература

1. Закон ЛНР «Уголовный кодекс Луганской Народной Республики» от 14.08.2015 года № 58- II изменениями, внесенными Законом Луганской Народной Республики от 08.07.2016 № 105-II, от 12.11.2016 № 136-II, от 07.03.2017 № 153-II. Луганск – 304с.

2. Закон ЛНР «Кодекс об административных правонарушениях» от 15.07.2016 № 109-II с изменениями, внесенными Законами Луганской Народной Республики от 18.08.2016 № 119-II, от 30.09.2016 № 127-II. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/3207/>

3. Закон ЛНР «Трудовой Кодекс Луганской Народной Республики» от 30.04.2015г. № 23- II с изменениями, внесенными законами Луганской Народной Республики от 04.03.2016 № 88-II, от 12.08.2016 № 113-II, от 06.01.2017 № 139-II. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/980/>

4. Закон Украины «О бухгалтерском учете и финансовой отчетности в Украине» от 16.07.1999 года № 996-IV с изменениями и дополнениями. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

5. Закон Украины «О государственной службе» от 16.12.93 года № 3723 - XII с изменениями и дополнениями от 30.12.2011 года № 4161. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: zakon.rada.gov.ua/laws/show/3723-12

References

1. Zakon LNR «Ugolovnyj kodeks Luganskoj Narodnoj Respubliki» ot 14.08.2015 goda № 58- II izmeneniyami, vnesennymi Zakonom Luganskoj Narodnoj Respubliki ot 08.07.2016 № 105-II, ot 12.11.2016 № 136-II, ot 07.03.2017 № 153-II. Lugansk – 304s.

2. Zakon LNR «Kodeks ob administrativnyh pravonarusheniyah» ot 15.07.2016 № 109-II s izmeneniyami, vnesennymi Zakonami Luganskoj Narodnoj Respubliki ot 18.08.2016 № 119-II, ot 30.09.2016 № 127-II. [Elektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/3207/>

3. Zakon LNR «Trudovoj Kodeks Luganskoj Narodnoj Respubliki» ot 30.04.2015g. № 23- II s izmeneniyami, vnesennymi zakonami Luganskoj Narodnoj Respubliki ot 04.03.2016 № 88-II, ot 12.08.2016 № 113-II, ot 06.01.2017 № 139-II. [Elektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: <https://nslnr.su/zakonodatelstvo/normativno-pravovaya-baza/980/>

4. Zakon Ukrainy «O buhgalterskom uchete i finansovoj otchetnosti v Ukraine» ot 16.07.1999 goda № 996-IV s izmeneniyami i dopolneniyami. [Elektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/996-14>

5. Zakon Ukrainy «O gosudarstvennoj sluzhbe» ot 16.12.93 goda № 3723 - XII s izmeneniyami i dopolneniyami ot 30.12.2011 goda № 4161. [Elektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: zakon.rada.gov.ua/laws/show/3723-12

Kovba A., Kobewanov A.
**RESPONSIBILITY OF THE CHIEF ACCOUNTANT OF
THE ENTERPRISE IN MODERN CONDITIONS**

In the article considers the types of liability under applicable law that may apply to the Chief Accountant (executive officer) of the enterprise.

Keywords: *chief accountant, executive officer, legal responsibility, administrative responsibility, criminal responsibility, disciplinary responsibility, financial responsibility.*

Ковба А.Ю. студент 4 курса, специальность бухгалтерский учет и аудит Луганского национального университета им. В.Даля

E-mail: larikova@ukr.net

Кобещанов А.С. магистр программы управления «Управление в государственном и муниципальном

секторе» 1 курса Луганского национального университета им. В.Даля

Kovba A. 4th year student, speciality accounting and audit Luhansk National University named after V.Dahl.

E-mail: larikova@ukr.net

Kobewanov A. master of management program "managing in the public and municipal sector," 1 the training course Luhansk National University named after V.Dahl.

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 20.04.2017

УДК 336.71

НЕОБХОДИМОСТЬ СОЗДАНИЯ СИСТЕМЫ ПОРТФЕЛЬНОГО УПРАВЛЕНИЯ АКТИВАМИ БАНКА

Куценко Н.А.

NECESSITY OF CREATION OF PORTFOLIO MANAGEMENT SYSTEM OF THE BANK ASSETS

Kusenko N.

В статье изучены теоретические и прикладные аспекты формирования портфеля активов банка и необходимость создания системы портфельного управления активами в банках.

Ключевые слова: система, банк, банковская система, портфель, активы, управление.

Формирование портфеля активов банка является непростой задачей, поскольку требует согласования противоречивых критериев: максимизации нормы прибыли и минимизации риска. Постановка задач оптимизации портфеля активов неразрывно связана с кредитной политикой банка – в случае более агрессивной кредитной политики доходность портфеля будет превалировать над вопросами безопасности, и наоборот, для консервативной политики на первый план выходит задача минимизации риска.

Общие вопросы определения содержания и сущности банковских активов, способов управления ими нашли отражение в трудах российских ученых: Ачкасова А.И., Ларионовой И.В., Тавасиева А.М., а также в работах зарубежных авторов: Брайович Б.С., Гилла Э., Грюнинга Х., Коттера Р., Рида Э., Смита Р. и других. Изучением проблем банковского менеджмента и портфельного подхода к управлению различными видами активов занимались экономисты: Валенцева Н.И., Лаврушин О.И., Мамонова И.Д., Ольхова Р.Г., Панова Г.С., Шамгунов Р.Н., а также такие зарубежные исследователи, как Бакстер Н., Роуз П.С., Линтнер Дж., Марковиц Г., Мертон Р., Морсман Э.М., Синки Дж., Шарп У. и другие.

Целью статьи является – изучение теоретических и прикладных аспектов формирования портфеля активов банка и необходимость создания

системы портфельного управления активами в банках.

Активы банка – это размещенные ресурсы, находящиеся у банка либо в собственном владении,

либо привлеченные им на временной основе. Приумножение активов банка осуществляется за счет проведения активных операций: выдача кредитов, инвестиционные операции и прочие активные операции, способствующие получению прибыли. В свою очередь, активные банковские операции – это действия банка, посредством которых они размещают имеющиеся в их распоряжении ресурсы в целях получения необходимого дохода и обеспечения своей ликвидности. Таким образом, если активы – это направления размещения денежных средств, то активные операции – это действия банка по размещению ресурсов, поэтому анализировать мы будем активы, но не активные операции. [1]

Целостная система портфельного управления активами в банках еще не сложилась. Ее формирование и реализация на практике – одно из основных направлений инновационного развития банком пассивов; типом и специализацией кредитной организации и другими факторами.

В результате изучения экономической природы портфеля ценных бумаг и кредитного портфеля как наиболее разработанных понятий в рамках портфельной теории установлено, что они представляют собой не просто набор, а структурированную совокупность элементов, целенаправленно подбираемую для формирования оптимального сочетания между ними. Основываясь на этом, в диссертации доказано, что портфель активов банка (наряду с портфелем ценных бумаг и кредитным портфелем) является управленческой категорией. Понятие «портфель активов» в содержательном смысле обращено к осознанному управлению банковскими активами. Объединение активов в портфель имеет своей целью целенаправленное формирование их структуры по различным критериям и перманентное управление ими: проведение регулярного мониторинга, планирование и регулирование активов, а также осуществление соответствующих организационных

мероприятий. Вместе с тем, портфель банковских активов является еще и рыночной категорией.[2].

В исследовании обоснована многогранная природа портфеля банковских активов. С одной стороны, он включает в себя несколько портфелей: кредитный, инвестиционный, торговый, денежных резервов, которые в свою очередь состоят из различных ссуд, ценных бумаг, других инвестиций банка; в результате портфель банковских активов управляется на уровне банка в целом и на уровне отдельных портфелей. С другой стороны, он является структурированной совокупностью неоднородных по своему экономическому содержанию активов.

Портфель банковских активов объединяет различные по своим качественным характеристикам элементы. Отличие также касается способов включения активов в состав портфеля и исключения (списания, погашения) из него. Это определяет специфику методов управления портфелем банковских активов.

Кроме измерения и мониторинга риска, важным элементом риск-менеджмента является изучение источников портфельного риска и эффективных методов построения портфеля с минимальным риском и максимальной доходностью.

На практике же часто возникает потребность построения компромиссного кредитного портфеля,

когда одновременно минимизируется риск и максимизируется ожидаемая доходность. Формирование портфеля активов банков является непростой задачей, поскольку требует согласования противоречивых критериев: максимизации нормы прибыли и минимизации риска. Вышеуказанное актуализирует проблему корректного выбора модели оптимизации банковского портфеля. Надо иметь в виду, что при формировании ограничений задачи нужно учитывать действующие нормативы Банка России для максимального размера кредитного риска на одного заемщика, который не должен превышать 25% и норматива «больших» кредитов, не должен превышать 8-кратного размера капитала банка. На практике возникает проблема нахождения таких методов оптимизации, которые бы позволили решить задачу формирования портфеля в различных постановках. Одним из таких методов является метод эволюционного программирования, а именно генетический алгоритм, используемый для поиска глобального экстремума функции многих переменных.

Для того чтобы повысить эффективность и качество активов коммерческих банков и установить гармоничное соотношение между кредитными и инвестиционными операциями банков, необходимо выполнить следующее (рис. 1).

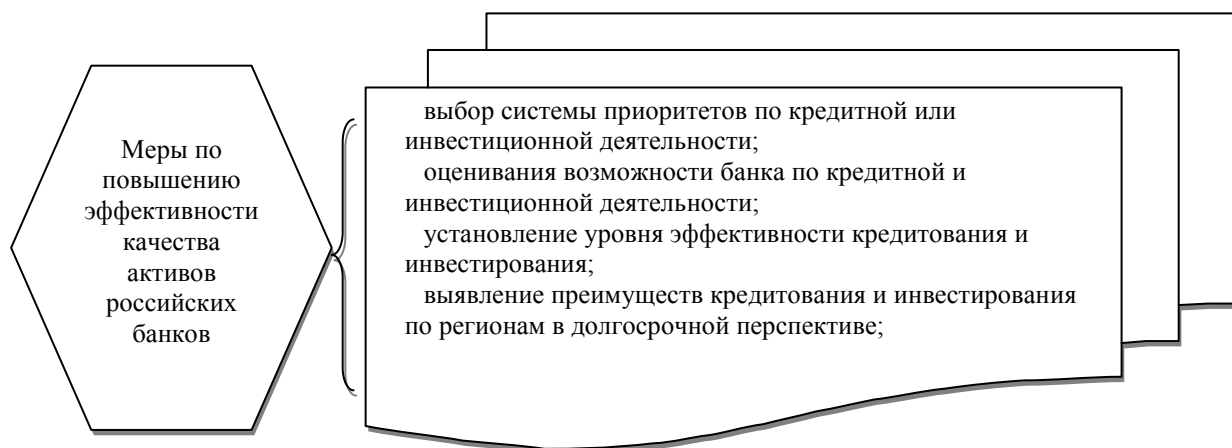


Рис. 1. Мероприятия по повышению эффективности и качества активов российских банков

Практика показывает, для обеспечения более эффективного участия коммерческих банков, с помощью инвестиционного ресурса, в финансировании экономики необходимо осуществить ряд мероприятий: реформирование национального хозяйства, а именно сектора государственного управления, сектора нефинансовых компаний и сектора финансовых институтов; наращивание финансовых возможностей коммерческих банков России с установлением приоритетного направления их развития; активизация участия государства в

распределении инвестиционных рисков при финансировании ключевых секторов национальной экономики; создание государством условий для успешного формирования и реализации инвестиционных экономических проектов.

Портфель банковских активов это структурированная совокупность банковских активов, целенаправленно формируемая и постоянно управляемая для достижения целей развития банка с учетом особенностей рыночной конъюнктуры. Портфель банковских активов объединяет различные по своим качественным

характеристикам элементы. Он включает в себя несколько портфелей: кредитный, инвестиционный, торговый, денежных резервов и управляется на уровне банка в целом и на уровне отдельных портфелей. Управление портфелем активов коммерческого банка должно быть нацелено на размещение ресурсов в максимально доходные активы, обладающие заданным уровнем ликвидности и имеющие ограниченный уровень риска. При этом руководство банка должно стремиться максимизировать текущую стоимость активов и оптимизировать конечные финансовые результаты

Л и т е р а т у р а

1. Жукова Е.Ф. Банковский менеджмент / Е.Ф. Жукова, Н. Д. Эриашвили. – М.: Юнити- Дана, 2011. – С.108.
2. Коваленко О.Г. Банковский финансовый менеджмент и проблемы эффективного управления // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление.-2013.- № 1(12). С.70.

R e f e r e n c e s

1. Jukova E.F. Bankovskii menedjment /E. F. Jukova_ N. D. Eriashvili. – М._ Yuniti_ Dana_ 2011. – S.108.

2. Kovalenko O. G. Bankovskii finansovii menedjment i problemi effektivnogo upravleniya // Vektor nauki Tolyattinskogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya_ Ekonomika i upravlenie. _2013._№ 1_12.,. S.70.

Kusenko N.

NECESSITY OF CREATION OF PORTFOLIO MANAGEMENT SYSTEM OF THE BANK ASSETS

The article examined the study of theoretical and applied aspects of the formation of the bank's asset portfolio and the need to create a portfolio asset management systems in banks.

Keywords: sistema, bank, bankovskoyedelo, portfel', upravleniyeaktivami.

Куценко Н.А. кандидат экономических наук, доцент кафедры финансы и кредит Луганского национального университета имени Владимира Даля

E-mail: kusenk75@mail.ru

Kutsenko N.A. Candidate of economic sciences, associate professor of the department of finance and credit of the Luhansk National University named after Vladimir Dahl

E-mail: kusenk75@mail.ru

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В. Даля.

Статья подана 20.04.2017

УДК 338.48

АСПЕКТЫ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ

Негода А.А.

ASPECTS OF ECONOMIC SAFETY IN TOURISM BUSINESS

Negoda A

В статье раскрыта сущность определения экономической безопасности именно туристического предприятия. Перечислено основные составляющие экономической безопасности в туризме (экономическая безопасность страны; экономическая безопасность туристско-рекреационного комплекса; экономическая безопасность туристской дестинаций; экономическая безопасность предприятий сферы туризма; экономическая безопасность личности (туриста, местного жителя), согласно объектов безопасности.

Ключевые слова: безопасность, туризм, риск, угроза.

Актуальность. Отсутствие единой и полной трактовки понятия экономической безопасности предприятия обуславливает необходимость дальнейшего поиска путей и способов решения этой проблемы [1].

Более того, чтобы понять смысл категории «экономическая безопасность», следует дать характеристику понятию «безопасность» и определить его сущность.

В переводе с греческого «безопасность» означает «владеть ситуацией», то есть безопасность - это такое состояние субъекта, при котором вероятность изменения присущих этому субъекту качеств и параметров его внешней среды незначительна, меньше определенного интервала [2].

Рассмотрим современные и наиболее актуальные мнения отечественных специалистов по определению понятия «экономическая безопасность предприятия».

Козаченко А.В., Пономарев В.П. рассматривают безопасность предприятия «как гармонизацию во времени и пространстве экономических интересов предприятия с интересами связанных с ним субъектов внешней среды, действующих за пределами предприятия» [3] Но в этом случае рассматривается способность управленческой системы предприятия эффективно управлять ресурсами с целью обеспечения

определенного резерва устойчивости для адекватной реакции на изменения во внутреннем и внешнем среде. Яценко Н.М. и Михайлюк С.А. рассматривают безопасности предприятия как подсистему национальной экономической безопасности и определяют ее как экономическое состояние предприятия, устойчивое по отношению к внутренним и внешним изменениям финансово-хозяйственной деятельности, не связанной с формажорными обстоятельствами [4].

Такое определение рассматривает экономическую безопасность в статике и не учитывает необходимость соответствующей реакции на изменения, которые происходят.

В Большом экономическом словаре есть такое определение: экономическая безопасность - это состояние юридических, экономических отношений, организационных связей, материальных и интеллектуальных ресурсов предприятия, при котором гарантируется стабильность его функционирования, финансово-коммерческий успех, прогрессивное научно-технический и социальное развитие [5].

Следует отметить, что в таком определении не указана роль управленческой системы в обеспечении экономической безопасности предприятия.

Соколенко Т.М. экономическую безопасность рассматривает как состояние, при котором стратегический потенциал фирмы находится вблизи границ адаптивности, а угроза потери экономической безопасности нарастает по мере приближения степени адаптивности стратегического потенциала к предельной зоны [6].

В качестве факторов, влияющих на экономическую безопасность предприятия, автором выделяется степень возможного риска принятия управленческих решений и утверждается необходимость попадания в зону допустимого риска (когда величина возможных потерь не превышает величину возможной прибыли).

Олейников Е.А. ЭБП рассматривает как состояние наиболее эффективного использования ресурсов для преодоления угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия сегодня и в будущем [7, с. 137-215].

Грунин О.А. определяет безопасности предприятия как состояние хозяйствующего субъекта, при котором он при наиболее эффективном использовании корпоративных ресурсов достигает предотвращения, ослабления или защиты от существующих опасностей и угроз или других непредвиденных обстоятельств и в основном обеспечивает достижение целей бизнеса в условиях конкуренции и хозяйственного риска [8].

По мнению И.А. Бланка, экономическая безопасность предприятия - это положение наиболее эффективного использования ресурсов для предотвращения угроз и обеспечения стабильного функционирования предприятия в настоящее время и в будущем [9, с. 219].

Васильцев Т. предлагает следующее определение: экономическая безопасность предприятия - это защищенность его деятельности от негативного воздействия внешнего окружения, а также способность своевременно устранить разнообразные угрозы или приспособиться к существующим условиям, которые не отражаются негативно на его деятельности [10, с. 74].

Шевченко И. определяет экономическую безопасность предприятия, как совокупность факторов, обеспечивающих независимость, устойчивость, способность к прогрессу в условиях стабилизирующих факторов [11, с. 178].

Анализ рассмотренных подходов к определению сущности экономической безопасности предприятия дает возможность сделать вывод, что ни один из них нельзя считать всеобъемлющим. При этом каждый подход имеет определенные преимущества и недостатки. Возможность применения любого из рассмотренных подходов зависит непосредственно от интересов собственников предприятия, цели функционирования предприятия, стратегии развития предприятия и тому подобное.

Сущность экономической безопасности развития туристических предприятий заключается в обеспечении лучшего использования ресурсов для предупреждения угрозам предприятию, создании условий эффективного функционирования и обеспечения устойчивого состояния по внешним и внутренним изменениям среды. Устойчивость предприятия предлагается соотнести с расчетом равновесно безопасное состояние, для которого характерно сбалансированность угроз и противодействия в рамках жизненного пространства предприятия. [12]

В нынешних условиях хозяйствования туристическое предприятие рассматривается как открытая система, функционирующая в нестабильной и динамической внешней среде,

которое создает угрозы и опасности эффективного хозяйствования субъектов туристической деятельности. В условиях неопределенности и изменчивости внешней среды, проблема обеспечения экономической безопасности туристических предприятий, в значительной степени определяется эффективной системой защиты от внутренних и внешних угроз.

Согласно объектам безопасности туристической сферы выделяют следующие составляющие экономической безопасности в туризме: экономическая безопасность страны; экономическая безопасность туристско-рекреационного комплекса; экономическая безопасность туристской дестинаций; экономическая безопасность предприятий сферы туризма; экономическая безопасность личности (туриста, местного жителя).

В туристической сфере угрозы безопасности субъектов объектов туристической деятельности можно определить как понятие, характеризующее действие, процесс или явление, в результате которых возникает возможность снижения конкурентоспособности туристического продукта, что приводит к уменьшению спроса на него, недополучение ожидаемой величины прибыли или несения убытков предприятием. [13]

В зависимости от функциональной направленности можно выделить следующие составляющие экономической безопасности туристических предприятий: [1]

1. Финансовая составляющая: экономическая неопределенность и мировые экономические кризисы; высокие темпы инфляции; несвоевременное и неполное финансирование программ по развитию туризма; изменчивость валютных курсов; нестабильность условий налогообложения субъектов туристической деятельности; банкротство или неплатежеспособность контрагентов колебания цен на составляющие туристического продукта; снижение покупательной способности потенциальных потребителей туристского продукта; низкий уровень инвестиций в туристическую сферу; неэффективное финансовое планирование, слабый контроль за финансовыми потоками.

2. Технико-технологическая составляющая: недостаточный уровень применения туристическими предприятиями новейших компьютерных и коммуникационных технологий, инновационных разработок; моральное и физическое старение материально-технической базы туристической сферы; неполная загруженность мощностей; недостаточная развитость рыночной инфраструктуры; возможность выхода на рынок конкурентов с качественно новыми туристическими продуктами, основанные на использовании новейших технологий.

3. Интеллектуально-кадровая составляющая: низкий уровень квалификации персонала; низкий

уровень менеджмента на предприятии; использование несовершенных форм и методов организации труда и производства; низкая корпоративная культура; социальная необеспеченность работников.

4. Информационная составляющая: невозможность своевременного получения необходимой информации о туристических маршрутах, туристические продукты и тому подобное; невозможность своевременного получения необходимой информации от партнеров; подрыв репутации предприятия.

5. Политико-правовая составляющая: международные политические или военные конфликты; политическая нестабильность внутри страны; осложнения визового режима или ограничения выезда или въезда граждан; угрозы законодательно-правового характера (например, изменения законодательства в сфере лицензирования и сертификации субъектов туристической деятельности); неблагоприятная государственная туристическая политика; профессионализм юридических работников предприятия.

6. Экологическая составляющая: природные или техногенные катастрофы; неблагоприятные погодные условия; несоблюдение субъектами туристической деятельности действующих экологических норм и стандартов; штрафования и отмены лицензий за нарушение экологических норм и стандартов.

7. Охранная составляющая: опасность туристических маршрутов; физическая опасность туристов; физическая опасность работников предприятия; недостаточная защищенность имущества и информационных ресурсов предприятия от негативных воздействий. Я мы видим, существует достаточно большое количество угроз для экономической безопасности предприятия. Поэтому необходимо принимать эффективные управленческие решения для минимизации этих угроз. Таким образом, необходимо, чтобы существовала определенная система обеспечения экономической безопасности туристического предприятия, в которой большое значение будет иметь влияние государственного управления в сфере туризма.

Меры повышения экономической безопасности сферы туризма включают:

повышение конкурентоспособности туристских дестинаций на внутреннем и международном рынках путем: повышение качества туристских товаров и услуг, улучшение качества обслуживания и условий труда, создание благоприятной деловой среды, развития бренд-менеджмента, повышение уровня безопасности туристов и местного населения, формирование профессиональных кадров в сфере туризма;

развитие внутреннего и въездного туризма;

сокращение сезонности спроса за счет: развития вне сезонных видов туризма (социального, делового, лечебного, событийного), развития зимних видов туризма;

использование в процессе производства туристской услуги продуктов и товаров местного производства;

устойчивое развитие туризма вследствие: сохранения природного и культурной наследия, поддержки развития сотрудничества и улучшения качества жизни в условиях активного развития туризма, уменьшение использования природных ресурсов и производственных отходов,

развития качественной экологической туристской инфраструктуры и разработки стандартов безопасности всех услуг, входящих в состав тура, и личной безопасности туриста.

Таким образом, учитывая развитие туристической сферы и ее значительный вклад в экономику страны есть потребность внедрения мероприятий по повышению эффективности функционирования предприятий этой отрасли. Эффективность предприятия, в свою очередь, требует высокого уровня экономической безопасности.

Литература

1. Владимиров С.В. Еволюція поглядів на економічну безпеку підприємства / С.В. Владимиров // Стратегія економічного розвитку країн в умовах глобалізації: матеріали Всеукр. наук.-практ. конф. молодих учених та студентів, 26-27 листоп. 2009 р. : В 4 т. – Т. 4. – Дніпропетровськ : Біла К.О., 2009. – С. 16-20. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://manved.at.ua/publ/evoljucija_pogljadiv_na_ekonomichnu_bezpeku_pidpriemstva/4-1-0-13.
2. Корчевська Л.О. Методологічні питання економічної безпеки підприємства / Л.О. Корчевська, Г.В. Жосан // Вісник економіки транспорту і промисловості. – 2010. – Вип. 29. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2010_29/10klosoe.pdf.
3. Козаченко Г.В. Економічна безпека підприємств: сутність і передумови формування / Г.В. Козаченко, В.П. Пономарьов // Теорія та практика управління у трансформаційний період: Зб. наук. праць. – Донецьк : ІЕП НАН України, 2001. – Т. 3. – С. 3-7.
4. Яценко Н.М. Регіональна економічна безпека у контексті національної економічної безпеки / Н.М. Яценко, С.О. Михайлюк // Наукові праці Донецького державного технічного університету. Серія: економічна. Випуск 37. – Донецьк : ДонНТУ, 2001. – С. 78-82.
5. Большой экономический словарь / Под ред. А.Н. Азриляна. – 5-е изд., доп. и перераб. – М., 2002.
6. Соколенко Т.М. Економічна безпека підприємства в умовах транзитивної економіки / Т.М. Соколенко // Матеріали VII Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції «Наука і життя: сучасні тенденції, інтеграція у світову наукову думку» (19-21 травня 2011 р.). – [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://intkonf.org/kand-ped-n-sokolenko-tm-ekonomichna-bezpeka-pidpriemstva-v-umovah-tranzitivnoyi-ekonomiki>.

7. Основы экономической безопасности (государство, регион, предприятие, личность) / Под ред. Е.А. Олейникова. – М. : ЗАО «Бизнес-школа «Интел-Синтез», 1997. – 288 с.

8. Грунин О.А. Экономическая безопасность организации / О.А. Грунин, С.О. Грунин. – СПб. : Питер, 2002. – 160 с.

9. Бланк І.А. Управління фінансовою безпекою підприємства / Бланк І.А. – К. : Ельга, Ніка-Центр, 2009. – 784 с.

10. Васильців Т.Г. Економічна безпека України: стратегія та механізми зміцнення : [монографія] \ Т.Г. Васильців. – Львів : Арал, 2008. – 384 с.

11. Шевченко І. Особливості формування економічної безпеки підприємства / І. Шевченко // Наука молода. – 2010. – №10. – С. 178-181.

12. Корнієнко О.М. Управління економічною безпекою розвитку туристичного підприємства / О.М. Корнієнко // Вісник Дніпропетровського університету. Серія. «економіка». Вип. 4 (2), 2010. – С. 112-116.

13. Кальченко О.М. Економічна безпека підприємств туристичної сфери /О.М. Кальченко/[Електронний ресурс].–Режим доступу: <http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=11&id=19>

References

1. Vladymyrov S.V. Evolyutsiya pohlyadiv na ekonomichnu bezpeku pidpryyemstva / S.V. Vladymyrov // Stratehiya ekonomichnoho rozvytku krayin v umovakh hlobalizatsiyi: materialy Vseukranauk.-prakt. konf. molodykh uchenykh ta studentiv, 26-27 lystop. 2009 r.:V 4 t. – T. 4. – Dnipropetrovs'k : Bila K.O., 2009. – S. 16-20. [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu http://manved.at.ua/publ/evoljucija_pogljadiv_na_ekonomichnu_bepeku_pidpriemstva/4-1-0-13.

2. Korchevska L.O. Metodolohichni pytannya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva / L.O. Korchevska, H.V. Zhosan // Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti. – 2010. – Vyp. 29. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www.nbu.gov.ua/portal/Natural/Vetp/2010_29/10klosoe.pdf.

3. Kozachenko H.V. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstv: sutnist i peredumovy formuvannya / H.V. Kozachenko, V.P. Ponomar'ov // Teoriya ta praktyka upravlinnya u transformatsiynyy period: Zb. nauk. prats. – Donetsk : IEP NAN Ukrayiny, 2001. – T. 3. – S. 3-7.

4. Yatsenko N.M. Rehionalna ekonomichna bezpeka u konteksti natsionalnoyi ekonomichnoyi bezpeky / N.M. Yatsenko, S.O. Mykhaylyuk // Naukovi pratsi Donetskooho derzhavnoho tekhnichnoho universytetu. Seriya: ekonomichna. Vypusk 37. – Donetsk : DonNTU, 2001. – S. 78-82.

5. Bolshoy ékonomychesky slovar / Pod red. A.N. Azrylyana. – 5-e yzd., dop. y pererab. – M., 2002.

6. Sokolenko T.M. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstva v umovakh tranzytivnoyi ekonomiky / T.M. Sokolenko // Materialy VII Mizhnarodnoyi naukovopraktychnoyi internet-konferentsiyi «Nauka i zhyttya:

suchasni tendentsiyi, intehratsiya u svitovu naukovu dumku» (19-21 travnya 2011 r.). – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu : <http://intkonf.org/kand-ped-n-sokolenko-tm-ekonomichna-bezpeka-pidpriemstva-v-umovah-tranzitivnoyi-ekonomiki>.

7. Osnovy ékonomycheskoj bezopasnosti (hosudarstvo, rehyon, predpryyatye, lychnost') / Pod red. E.A. Oleynikova. – M. : ЗАО «Byznes-shkola «Yntel-SynteZ», 1997. – 288 s.

8. Hrunyn O.A. Ékonomycheskaya bezopasnost orhanyzatsyy / O.A. Hrunyn, S.O. Hrunyn. – SPb. : Pyter, 2002. – 160 s.

9. Blank I.A. Upravlinnya finansovoyu bezpekoyu pidpryyemstva / Blank I.A. – K. : El'ha, Nika-Tsentr, 2009. – 784 s.

10. Vasylytsiv T.H. Ekonomichna bezpeka Ukrayiny: stratehiya ta mekhanizmy zmitsnennya : [monohrafiya] \ T.H. Vasylytsiv. – Lviv : Aral, 2008. – 384 s.

11. Shevchenko I. Osoblyvosti formuvannya ekonomichnoyi bezpeky pidpryyemstva / I. Shevchenko // Nauka moloda. – 2010. – №10. – S. 178-181.

12. Korniyenko O.M. Upravlinnya ekonomichnoyi bezpekoyu rozvytku turystychnoho pidpryyemstva / O.M. Korniyenko // Visnyk Dnipropetrovs'koho universytetu. Seriya. «ekonomika». Vyp. 4 (2), 2010. – S. 112-116.

13. Kalchenko O.M. Ekonomichna bezpeka pidpryyemstv turystychnoyi sfery /O.M. Kalchenko/[Elektronnyy resurs].– Rezhym dostupu:<http://vistnic.stu.cn.ua/index.pl?task=arcl&j=11&id=19>

Nehoda A.

ASPECTS OF ECONOMIC SAFETY IN TOURISM BUSINESS

In essence solved definitions Article ékonomycheskoj ymenno safety of tourist enterprises. Basic sostavlyayushche are listed ékonomycheskoj safety in tourism (Economic safety of the country; Economic safety of tourist-recreational complex, Economic safety of turystyckoy destinations, Economic safety of the enterprises of sphere of tourism, Economic safety of personality (tourist, the local resident) According objects security.

Keywords: Safety, tourism, risk, threats.

Негода А.А. – старший преподаватель кафедры Тризм и гостиничное хозяйство, Луганского национального университета имени Владимира Даля.
E-mail: anya.negoda@mail.ru

Nehoda A – senior lecturer of Tourism and Hospitality Department of Luhansk Vladimir Dahl national university.
E-mail: anya.negoda@mail.ru

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля.

Статья подана 20.04.2017

УДК 336.71

ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКОВ УКРАИНЫ И РОССИИ

Рахманая И.А., Шовкун Е. Ю.

EVALUATION OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF BANKS OF UKRAINE AND RUSSIA

Rahmana I., Shovkun E.

Значение финансового анализа, как инструмента оценки и контроля банковской деятельности, заключается в получении аналитиком данных о состоянии и надежности банка, о том, что планировали и что достигли, о причинах роста банка или же его спада. Поэтому в статье проведен сравнительный анализ эффективности финансовой деятельности отечественных и зарубежных банков.

Ключевые слова: анализ, финансовая деятельность, показатель, результат, актив, достаточность, эффективность.

На современном этапе экономического развития, в условиях трансформации экономики, среди проблем, связанных с выходом Украины из кризисного состояния, важное место занимает задача формирования эффективной банковской системы. Для объективной оценки эффективности

деятельности банков необходимо проанализировать динамику развития банковского сектора в целом [1].

Экономическая нестабильность, давление внешних долгов, сокращение золотовалютных резервов привели к крупнейшей за последние годы девальвации гривны на 200,8% по отношению к доллару США, на 154,8% - по отношению к евро. Безусловно, девальвация национальной валюты негативно влияет не только на снижение нормативов капитализации, рост доли проблемных кредитов в кредитном портфеле, сокращение доли иностранного капитала в уставном капитале банков, но и на уменьшение количества банков [2, 4].

Для оценки эффективности финансовой деятельности банков Украины исследуем динамику основных показателей их деятельности (табл. 1) [5].

Таблица 1

Динамика основных показателей финансовой деятельности банков Украины в 2012 – 2016 гг., млн грн

Показатель	2012	2013	2014	2015	2016	Отклонение, Δ
Активы	1 054 280	1 127 192	1 278 095	1 316 852	1 254 385	200 105
Пассивы	1 054 280	1 127 192	1 278 095	1 316 852	1 254 385	200 105
Регулятивный капитал	178 454	178 909	204 976	188 946	130 974	- 47 480
Достаточность (адекватность) регулятивного капитала (Н2), %	18,90	18,06	18,26	15,60	12,74	- 6,16
Доходы	142 778	150 449	168 888	210 201	199 193	56 415
Расходы	150 486	145 550	167 452	263 167	265 793	115 307
Результат деятельности	- 7 708	4 899	1 436	- 52 966	- 66 600	- 58 892
Рентабельность активов, %	- 0,76	0,45	0,12	- 4,07	- 5,46	- 4,70
Рентабельность капитала, %	- 5,27	3,03	0,81	- 30,46	- 51,91	- 46,64

Как показывают данные таблицы 1, динамика основных показателей финансовой деятельности банков Украины за последние пять лет имеет тенденцию к снижению. Регулятивный капитал за

анализируемый период снизился на 26,61% и составляет 130 974 млн. грн., что отрицательно влияет на покрытие негативных последствий различных рисков, которые банки берут на себя в

процессе своей деятельности, и обеспечение защиты вкладов, финансовой устойчивости и стабильной деятельности банков. Рентабельность активов и капитала в 2016 году снизилась по сравнению с 2011

годом, что свидетельствует про неэффективное использование активов и капитала банками.

Структуру доходов и расходов банков Украины рассмотрим на рисунке 1 и 2.



Рис.1. Структура доходов банков Украины в 2016 г.

Доходы банков Украины выросли в сравнении с 2015 годом на 19,4% и составляют 199 193 млн грн. Процентные доходы имеют наибольшую долю в структуре доходов – 135 145 млн грн (67,8% от

общей суммы доходов). Комиссионные доходы занимают 28 414 млн грн (14,3%). Соответственно на другие доходы приходится всего 17, 9%, что составляет 35 634 млн грн.



Рис. 2. Структура расходы банков Украины в 2016 г.

Расходы банков Украины выросли по сравнению с 2015 годом на 34,4% и составляют 265 793 млн грн. Отчисления в резервы имеют наибольшую долю в структуре расходов – 114 541 млн. грн. (43,1% от общей суммы расходов). Процентные расходы занимают 96 079 млн грн (36,1%). Соответственно на другие расходы

припадает всего 20,8%, что составляет 54 767 млн. грн. Финансовый результат деятельности банков составляет – 66 600 млн грн.

За последние два года Украина потеряла 63 банка. На рисунке 3 собраны топ-10 банков, которые обанкротились в период с 2014 по 2016 год и имели наибольший собственный капитал.

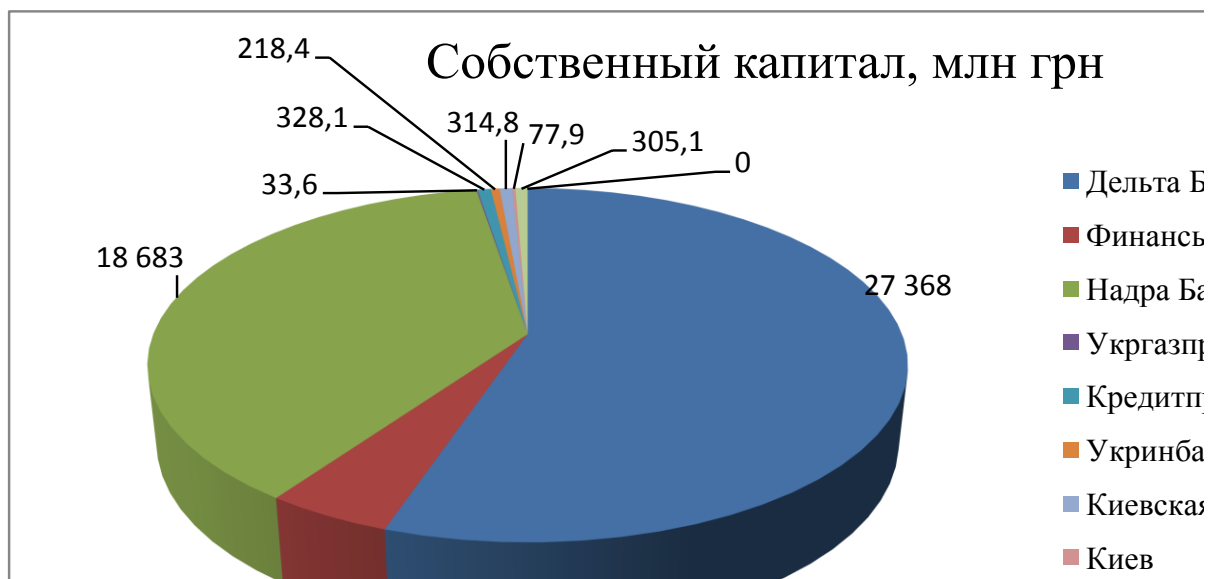


Рис.3. ТОП-10 крупнейших банкротов Украины

Прибыльность банков, как один из важнейших показателей эффективности финансовой деятельности, изображена на рисунке 4.

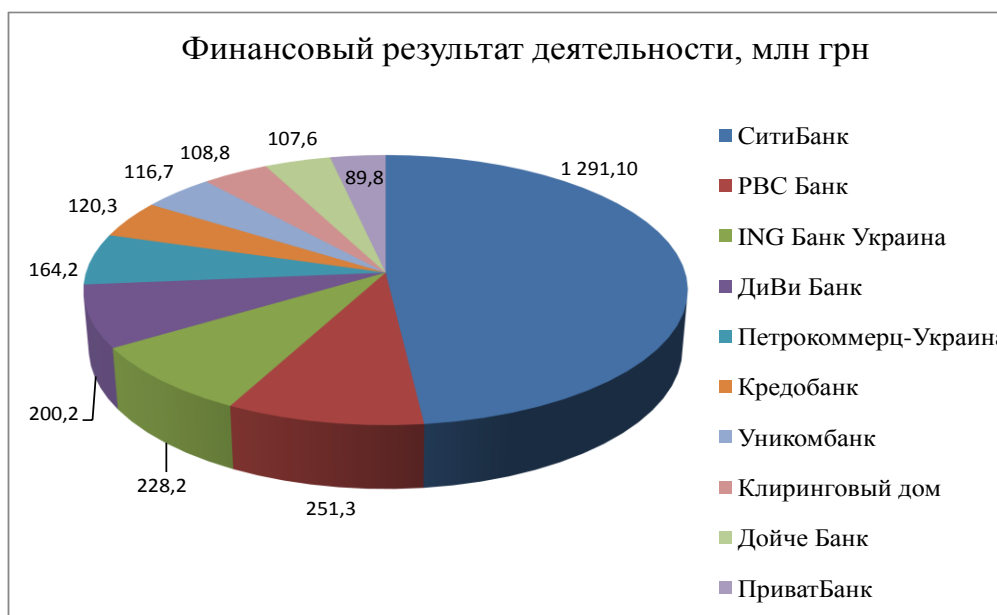


Рис. 4. ТОП-10 прибыльных банков Украины в 2016 г.

Самым прибыльным банком Украины в 2016 году был СитиБанк (1 291,1 млн грн.). В 2012 году этот показатель составлял 302,1 млн грн. РВС Банк и IPG Банк Украина получили прибыль в размере 251,3 и 228,2 млн грн. соответственно. ДиВи Банк и Дойче Банк начали свою деятельность на рынке банковских услуг Украины недавно, в 2012 году, но уже смогли получить прибыль 200,2 млн грн. ДиВи Банк и 107,6 млн грн. Дойче Банк. Кредобанк с -

397,8 млн грн. в 2012 году смог выйти на 120,3 млн. грн. прибыли в 20156 году.

ПриватБанк по прибыльности в 2016 году занимает 10 место с показателем в 89,8 млн грн. Многие банки имеют отрицательные показатели финансовой деятельности, далее рассмотрим десять самых убыточных банков Украины в 2016 году (рис. 5)[6].

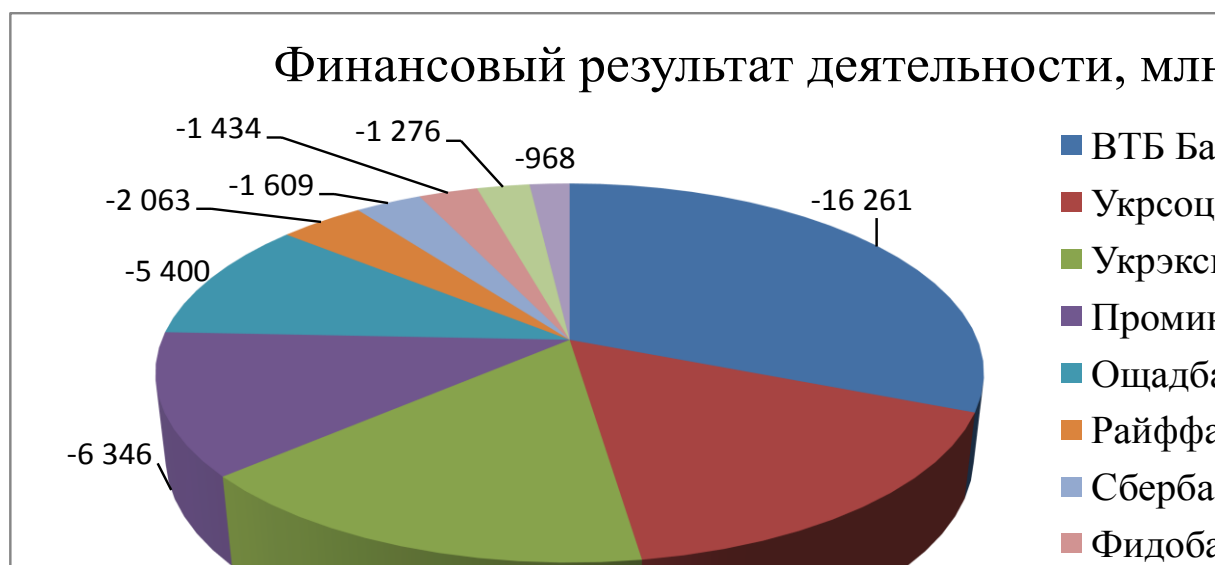


Рис.5. ТОП-10 убыточных банков Украины в 2016 г.

Рейтинг самых убыточных банков Украины в 2016 году возглавляет ВТБ Банк с результатом - 16261 млн. грн. Деятельность Укрсоцбанка и Укрэксимбанка тоже отображена с отрицательным результатом: -8 709 и -8 329 млн. грн. соответственно. Проминвестбанк и Ощадбанк имеют отрицательные результаты в пределах 5-6 млрд. грн. Группа банков: Райффайзен Банк Аваль, Сбербанк России, Фидобанк, ОТП Банк закончили 2016 год с показателями в пределах 1-2 млрд. грн. Наименьший убыток в десятке получил Правэксбанк -968 млн. грн.

Как видно из проведенного исследования, банковский сектор Украины находится сейчас в очень тяжелом положении. Причинами такого положения являются: снижение уровня эффективности финансовой деятельности банков; отток отечественного и иностранного капитала; снижение качества банковских активов; потеря доверия со стороны вкладчиков; существенное падение курса национальной валюты и, как следствие, сокращение денежных сбережений частного сектора; сокращение ресурсной базы банков; увеличение объемов невозвращенных валютных кредитов; снижение объема банковских депозитов; снижение объема кредитования реального сектора экономики.

Для более объективной оценки эффективности деятельности украинского банковского сектора проанализировано состояние рынка банковских услуг России и основные показатели эффективности их финансовой деятельности.

Банковский сектор России тоже в настоящий момент переживает кризис и в 2016 году 93 банковских учреждения лишились своих лицензий. Среди крупнейших банков, покинувших рынок в прошлом году, можно выделить такие кредитные

организации, как «Российский кредит» (45-место в общероссийском рейтинге), Промбизнесбанк (51-е место), «СБ Банк» (85-е место) и «НОТА-банк» (97-е место). Кроме этого, работу прекратили 11 банковских учреждений из второй сотни, 10 - из третьей и 13 - из четвертой[7].

Негативные общеэкономические тенденции в 2016 году сказывались на прибыльности банковского сектора России. Согласно статистике Центробанка России, по итогам 2016 года российским банкам удалось заработать лишь 192 миллиарда рублей. Для сравнения в 2015 и 2014 годах банки получили прибыль в 589 и 994 миллиарда рублей соответственно (рис. 6).

Самым прибыльным банком 2016 года является Сбербанк России с показателем 236 256 млн. руб. Альфа-Банк и ВТБ имеют прибыль в размере 49 591 млн. руб. и 48 581 млн. руб. соответственно. В десятку самых прибыльных банков России также входят Национальный клиринговый центр, Райффайзенбанк, Русский Стандарт, Ситибанк, Московский Областной Банк, Совкомбанк и Промсвязьбанк с суммарной прибылью в размере 107 331 млн руб.

Исходя из анализа финансовой деятельности банков России, следует отметить основное: банковская сфера, как и вся экономика России, переживает сейчас нелёгкие времена. Банки снизили свои финансовые показатели, но при этом имеют положительные результаты. Но, как показывает статистика, многие банки не справляются с временными трудностями и покидают рынок банковских услуг.

Для оценки эффективности финансовой деятельности банков сравним активы российских и украинских банков за последнее время (рис. 7).

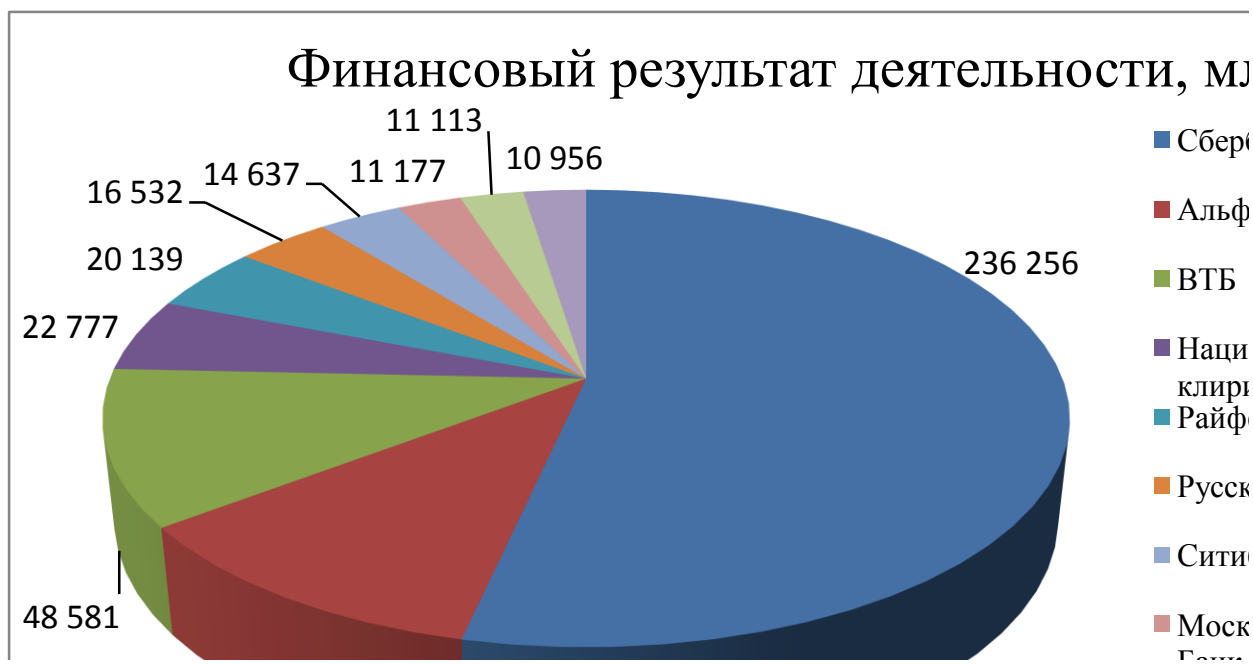


Рис. 6. Топ-10 самых прибыльных банков России в 2016 году

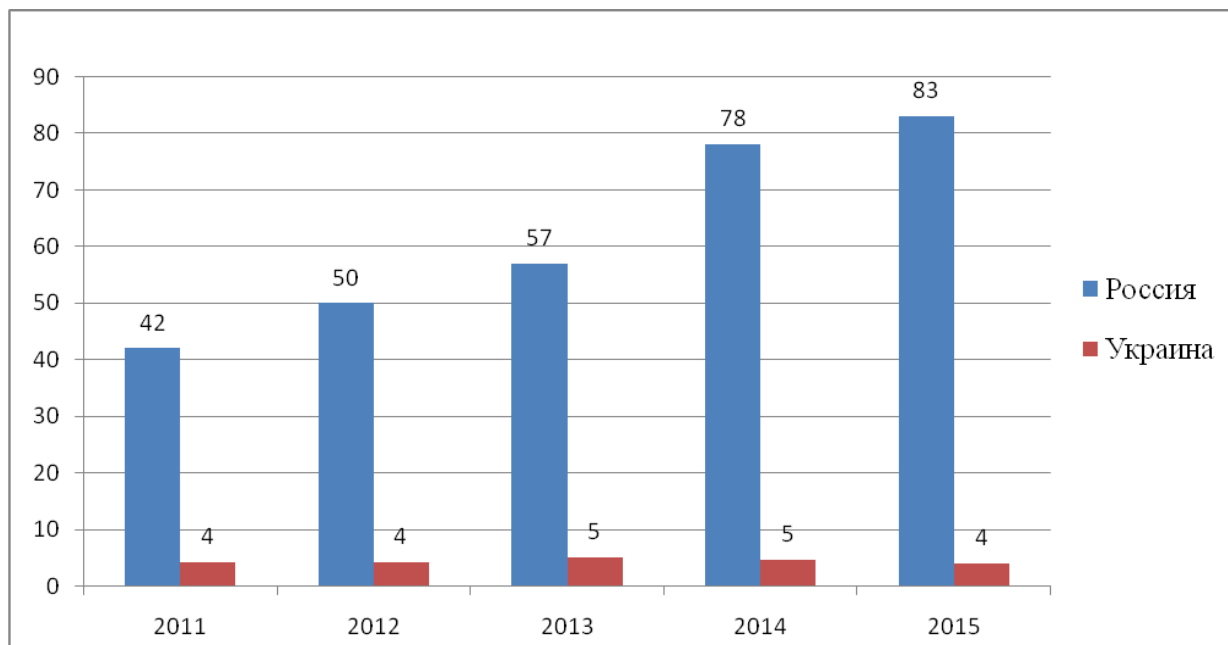


Рис. 7. Динамика активов банков России и Украины

Банки России наращивают свои активы, и в 2016 году показатель увеличился до 83 трлн. руб. В банках Украины серьезных изменений не отмечается. И показатель активов составляет 4,2 трлн. руб.

Исследование банковского сектора Украины и России показывает, что существуют проблемы с эффективностью финансовой деятельности банков. Прежде всего, нестабильная экономическая ситуация сказывается на показателях финансовой деятельности банков. Но, одна лишь нестабильность, конечно же, не является причиной снижения всех финансовых показателей. Для

поддержания эффективной финансовой деятельности банкам необходимо составление таких финансовых планов, которые бы учитывали все факторы, влияющие на их деятельность. Доверие потребителей банковских продуктов существенно уменьшается, и, как следствие, у банков снижается оборачиваемость денежных средств, которая также приводит к снижению результативности банковской деятельности.

Литература

1. Аристова А. Методика оценки финансового результата банка // Банковское дело. - 2012. - № 2. - с. 48-51.

2. Дзюблук а.в. оптимизация управления активами и пассивами коммерческого банка // Финансы Украины. - 2012. - №5.- с. 129-137.

3. Дорошенко А.А. Банковский сектор украины: реалии, тенденции, перспективы / А.А. Дорошенко // Бизнес-информ. - 2014. - № 1.- с. 232-236.

4. Чаплыга В.В. Внешняя оценка эффективности деятельности банков с учетом риска / В.В. чаплыга // Вестник НЛТУ Украины. - 2012. - №22. - с. 281-289.

5. Вестник НБУ [электронный ресурс]. Режим доступа:

6. Минфин [электронный ресурс]. Режим доступа

7. Риа рейтинг [электронный ресурс]. Режим

доступа:

References

1. Aristova A. Metodika ocenki finansovogo rezul'tata banka // Bankovskaya delo. - 2012. - № 2. - S. 48-51.

2. Dzyublyuk A.V. Optimizaciya upravleniya aktivami i passivami kommerche-skogo banka // Finansy Ukrainy. - 2012. - №5.- S. 129-137.

3. Doroshenko A. A. Bankovskij sektor Ukrainy: realii, tendencii, per-spektivy / A. A. Doroshenko // Biznes-Inform. - 2014. - № 1.- S. 232-236.

4. CHaplyga V.V. Vneshnyaya ocenka ehffektivnosti deyatel'nosti bankov s uche-tom riska / V.V. CHaplyga // Vestnik NLTU Ukrainy. - 2012. - №22. - S. 281-289.

5. Vestnik NBU [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa:

6. Minfin [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa

7. RIA Rejting [EHlektronnyj resurs]. Rezhim dostupa:

Rahmana I., Shovkun E.

EVALUATION OF THE FINANCIAL PERFORMANCE OF BANKS OF UKRAINE AND RUSSIA

The importance of financial analysis as a tool for evaluation and control of banking activities, was in getting a data scientist on the status and reliability of the Bank, about what was planned and what DOS the crucible, about the reasons for growth or decline. Therefore, in the article the comparative analysis of the financial performance of domestic and foreign banks.

Keywords: analysis, financial performance, record, result, assets, sufficiency, efficiency.

Рахманая И.А. – к.э.н., доцент кафедры финансы и кредит ЛНУ им.В.Даля

E-mail: larikova@ukr.net

Шовкун Е. Ю. – магистр по специальности «Банковское дело» ЛНУ им. В.Даля

Rakhmanaya I.A. - Candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Finance and Credit LNU im.V.Dalya

E-mail: larikova@ukr.net

Shovkun E. Yu. - Master in Banking in the LNU. V.Dalya

Рецензент: Свиридова Н.Д. д.э.н., профессор, директор института экономики и финансов ЛНУ имени В.Даля

Статья подана 03.04.2017

УДК 336.01

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ НАЛОГОВЫМ ПОТЕНЦИАЛОМ РЕГИОНА

Салита С.В.

PROBLEMS OF MANAGING THE TAX POTENTIAL OF THE REGION

Salita S.

Проблемы управления налоговым потенциалом региона приобрели особую остроту и актуальность в связи с необходимостью оптимизации налогов, поиском резервов увеличения их собираемости. В статье на основании исследования теоретических, методических и практических аспектов налогового потенциала региона определена необходимость разработки системы управления налоговым потенциалом.

Ключевые слова: налоговый потенциал, регион, налоги, администрирование, налоговая нагрузка.

Проблемы управления налоговым потенциалом региона приобрели особую остроту и актуальность в связи с необходимостью оптимизации налогов, поиском резервов увеличения их собираемости. Для их решения, органы управления регионом и должны иметь в своем распоряжении достоверную информацию о налоговых поступлениях в бюджет, которая основывается на адекватной оценке налогового потенциала и повышает их заинтересованность в сокращении недоимок, росте уровня собираемости налогов, и предполагает отказ от предоставления необоснованных налоговых льгот.

Необходимо отметить, что на данный момент не существует единой методики оценки системы управления налоговым потенциалом региона. При этом региональные институты власти оценивают и прогнозируют его размер с учетом территориальных особенностей и уровня обеспеченности информационными и технологическими ресурсами, не опираясь на накопленную научную базу.

Следует отметить, что данная научная проблема управления налоговым потенциалом региона, как это ни парадоксально, на сегодняшний день является малоисследованной не только в отечественной экономической науке, но и в мировой. Обычно мы констатируем факт, что проблематика функционирования системы государственных финансов в западной экономической науке пошла на много шагов вперед. Однако этого нельзя утверждать относительно исследования сущности и содержания феномена «налоговый потенциал». Более того,

подобная финансовая категория в иностранных источниках практически не встречается.

Таким образом, налоговый потенциал можно рассматривать как «налоговые возможности» отдельных предприятий. Стоит сказать, что в настоящее время в экономической литературе понятие «налоговый потенциал» и управление его формированием все чаще связывают с проблемой реформирования межбюджетных отношений и основ местного самоуправления. Понятно, что если реально будут определены «налоговые возможности» регионов, то благодаря этому резко уменьшится вероятность субъективного подхода к оценке действительной потребности регионов в финансовой помощи центра. Если повысится самостоятельность регионов в использовании своего налогового потенциала, исчезнут определенным образом противоречия между центром и регионами по распределению финансовых ресурсов.

Регионы существенно отличаются своими финансовыми возможностями. Поэтому нужно привлечь внимание к вопросу налоговой нагрузки регионов, исходя из способности налогового потенциала каждого отдельного района. Существование неравномерности налоговой нагрузки в регионах убеждает, что его относительное выравнивание необходимо отнести к основным направлениям совершенствования системы управления налоговым потенциалом [1]. Этим мотивируется особое значение комплексного анализа региональной специфики формирования налогового потенциала региона.

Сегодня остается открытым вопрос оценки управления налоговым потенциалом региона. Обоснованная и взвешенная налоговая политика (законодательное регулирование, предоставление налоговых льгот, правильно установленная процедура взыскания налогов и поступления их в бюджет соответствующего уровня или государственного целевого фонда, учет и контроль за налоговыми поступлениями) способна оказывать положительное влияние на экономику: поступление

инвестиций, развитие приоритетных отраслей экономики.

Налоговую нагрузку регионов нужно определять исходя из особенностей налогового потенциала каждого отдельного региона, то есть, учитывая его специфику и возможности выполнять плановые государственные задачи.

К фундаментальным характеристикам налогового потенциала следует отнести также то, что он является бюджетной категорией. Как категория бюджетной системы в работе налоговый потенциал определен, как совокупность отношений, которые воплощают сущностные и количественно-качественные преобразования состояния экономической системы, а также государственно-властные влияния по поводу формирования бюджетных доходов и межбюджетного взаимодействия во всех звеньях и на всех уровнях бюджетной системы через изменения структуры и администрирования налогов с целью реализации функций государства и обеспечения экономического роста. Учитывая это, роль налогового потенциала предприятий региона, прежде всего, определяется его местом в бюджетной системе, ведь именно бюджет характеризует финансовое положение государства, а налоги составляют основной источник бюджетных доходов.

Учитывая значимость феномена налогового потенциала предприятий региона, существуют все основания рассматривать его как систему, формирование которой происходит на основе методов регулирования, организации планирования и управления составляющими этой системы. С целью исследования стратегического влияния налогообложения на предприятия регионов и государства в целом в работе аргументируется необходимость широкого внедрения методов налогового прогнозирования для оценки системы управления налоговым потенциалом региона. Такое прогнозирование должно занять важное место в теории и практике управления налоговым потенциалом.

Применение этих принципов к исследованию феномена «налоговый потенциал» и теоретический анализ содержания данной научной категории позволили определить его структуру (рис. 1).

Таким образом, налоговый потенциал региона и муниципальных образований – потенциально возможный размер доходов бюджетов региона, полученный при максимально полном использовании совокупных налоговых ресурсов в условиях действующего законодательства, а также существующей структуре государственных органов.

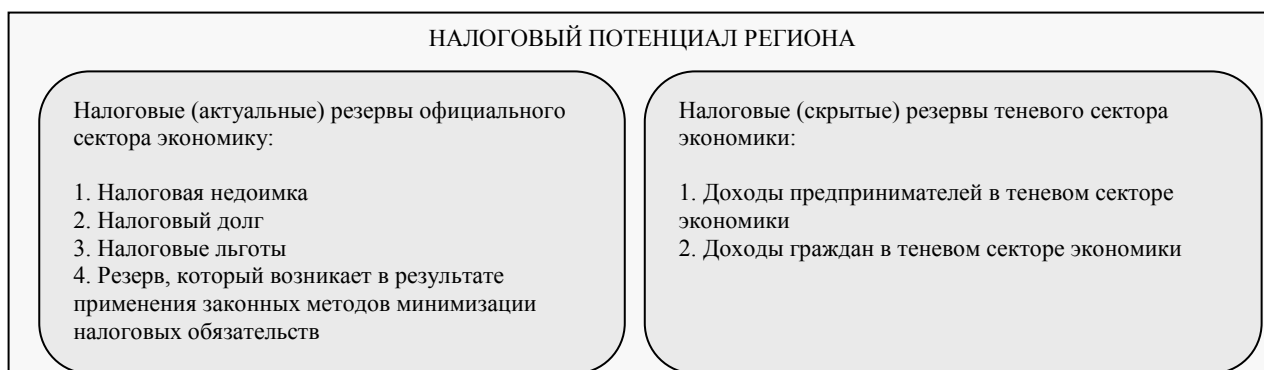


Рис. 1. Структура налогового потенциала

Так систему управления формированием налогового потенциала региона можно рассматривать, во-первых, как целостную характеристику современного состояния финансово-хозяйственной деятельности предприятий; во-вторых, как возможность мобилизации финансовых ресурсов в пользу государства, которая используется сегодня и может использоваться в перспективе, при разработке налоговой стратегии развития предприятий на альтернативной основе с учетом расширенного воспроизводства предприятий, финансового обеспечения трансформационных преобразований и тому подобное; в-третьих, управление налоговым потенциалом предприятий региона позволяет рассматривать его как отдельное и важное

направление исследования их экономического развития.

Л и т е р а т у р а

1. Слепнева Л.Р. Налоговый потенциал региона и проблемы его оценки //Л.Р.Слепнева // Российское предпринимательство. – 2012. – № 5 (203). – С.189-196.

R e f e r e n c e s

1. Slepneva L.R. Nalogovyj potencial regiona i problemy ego ocenki //L.R.Slepneva // Rossijskoe predprinimatel'stvo. – 2012. – № 5 (203). – С.189-196.

Salita S.V.
PROBLEMS OF MANAGING THE TAX POTENTIAL OF THE REGION

The problem of management of tax potential of the

region has acquired particular importance and relevance in connection with the necessity of tax optimization, search for reserves to increase their collection. The article based on the research of theoretical, methodological and practical aspects of the tax potential of the region identified the need for the development of the system of management of tax potential.

Keywords: *Tax potential, region, taxes, administration, tax burden.*

Салита С.В. – заведующая кафедрой финансы и кредит, к.э.н., доц., ЛНУ им. В.Даля

E-mail: svetlanaluga@mail.ru

Salita S.V. - Head of the Department of Finance and Credit, Ph.D., Assoc., LNU. V.Dahl.

E-mail: svetlanaluga@mail.ru

Рецензент: *Свиридова Н.Д.* д.э.н, проф., директор института экономики и финансов ЛНУ им. В.Даля

Статья подана 12.04.2017

УДК 338.48

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ И ФИНАНСОВЫЕ ПРОБЛЕМЫ ТУРИСТСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ И ПУТИ ИХ РАЗРЕШЕНИЯ

Точко Е.В., Эльвин Тофик оглы Фахратов, Зубова А.С.

ECONOMIC AND FINANCIAL PROBLEMS OF TOURISM ENTERPRISES AND THE WAYS OF THEIR RESOLUTION

Tochko E., Elvin Tofik oglu of Fahratrov, Zubova A.

В статье рассматриваются горизонтальный и вертикальный анализ предприятия в качестве фактора, с помощью которого можно выявить проблемы туристского предприятия, а также на основе показателей сделать выводы по улучшению положения его внутри туристского рынка.

Ключевые слова: финансы, туристическая фирма, анализ, расчет показателей, проблемы, решение проблем, структура деятельности.

Ежегодно на туристском рынке увеличивается число турагентств, ввиду этого, туристская отрасль терпит некоторые изменения. Возникает необходимость адаптации к новоизменениям и растущей конкуренции. Для успешного продвижения туристского агентства следует тщательно изучить хозяйственный и финансовый потенциал турагентства для более точного определения текущего положения и места агентства среди регионального и российского туристского рынка.

Грамотное управление финансовыми ресурсами, направленное не только на максимизацию прибыли в краткосрочный период, но и на поддержание состояния финансовой стабильности в долгосрочной перспективе, является залогом эффективности и устойчивости туристических предприятий. Поэтому проблема обеспечения финансовой устойчивости относится к числу наиболее актуальных. Неустойчивое финансовое положение сдерживает развитие туристических предприятий, что понижает их платежеспособность и в отдельных случаях приводит к банкротству.

Современным руководителям для успешной деятельности туристических предприятий необходима эффективная система управления, которой является управление финансовой устойчивостью. Разработке основ управления посвящены работы таких известных ученых как Минцберг Г., Лемпэл Дж., Альстрэнд Б., Дойль П.,

Портер М., Стрикленд А.Дж. III, Томпсон-мл. А.А., Фатхутдинов Р.А., Хаттен К., Шендел Д., Райзберг Б.А., Виханский О.С., Ансофф И., Карлоф Б., и других. Вопросам стратегического финансового управления посвящены исследования в области финансового менеджмента: Балабанов И.Т., Бланк И.А., Бригхэм Ю. Ф., Ван Хорн Дж.К., Савчук В.П., Стоянова Е.С. и другие ученые.

Однако, несмотря на достаточно большое количество исследований и публикаций по стратегическому финансовому менеджменту, вопрос о финансовой устойчивости туристических предприятий остается открытым.

В качестве исследовательской деятельности было выбрано предприятие ООО «Колибри-тур» в г. Белгород, которая является не только туристским агентом, но и туроператором по внутреннему туризму.

При управлении финансовой устойчивостью туристических предприятий исходным звеном принятия обоснованных управленческих решений является ее анализ. Анализ финансовой устойчивости туристического предприятия, рассматриваемый как метод исследования сущности финансовых явлений, является важнейшей завершающей и отправной стадией управленческого цикла и элементом управленческой деятельности в области финансов, основой стимулирования отдельных звеньев в соответствии с их вкладом в эффективность производства туристической продукции (услуг) и обоснования целей дальнейшего развития исследуемого предприятия. Анализ финансовой устойчивости туристического предприятия должен определить, возможность улучшения использования финансовых ресурсов и обосновать рациональные пути развития данного предприятия. Для анализа финансовой устойчивости используется совокупность самых разнообразных методов, которые представляют определенную специфическую систему. В первую очередь это

методы финансового анализа состояния предприятия. К ним относятся: метод сравнения, вертикальный анализ, горизонтальный анализ, факторный анализ, анализ с помощью финансовых коэффициентов, метод экспертных оценок и метод абсолютных и средних величин [2, с.90-91].

Баланс является основным отчетным документом любой организации. Состав его показателей может быть разным у различных компаний, но в основе анализа лежат общие принципы и методики [1].

Горизонтальный и вертикальный анализ предприятия является наиболее общим анализом, который отражает изменения устойчивости предприятия за несколько лет, тем самым дает возможность выявить проблемы и найти пути их решения.

Работе проеден горизонтальный и вертикальный анализ основного источника туристического предприятия, а именно баланса, который содержит итоговые данные по активам, обязательствам и капиталу исследуемого объекта (табл. 1).

Т а б л и ц а 1

Горизонтальный анализ бухгалтерского баланса ООО «Колибри-тур»

Наименование Показателя	2013, тыс. руб.	2014, тыс. руб.	2015, тыс. руб.	Абсолютное отклонение, тыс. руб.			Относительное отклонение, %		
				2014/2013	2015/2014	2015/2013	2014/2013	2015/2014	2015/2013
Основные средства	719	912	1312	193	400	593	126,84	143,86	182,48
Итого по разделу I	719	912	1312	193	400	593	126,84	143,86	182,48
Запасы	3861	507	4194	-3354	3687	333	13,13	827,22	108,62
НДС по приобретенным ценностям	106	-	-	-106	0	-106	0	0	0
Дебиторская задолженность	5458	9049	5238	3591	-3811	-220	165,79	57,88	95,97
Финансовые вложения (за исключением денежных эквивалентов)	92	92	92	0	0	0	100	100	100
Денежные средства и денежные эквиваленты	185	11102	3502	8097	-470	3317	4476,7	42,28	1892,97
Итого по разделу II	9702	20750	13026	11048	-7724	3324	213,87	62,78	134,26
БАЛАНС	10421	21662	14338	11241	-7324	3917	207,87	66,19	137,59
Уставный капитал	10	10	10	0	0	0	100	100	100
Добавочный капитал (без переоценки)	9	9	9	0	0	0	100	100	100
Нераспределенная прибыль (непокрытый убыток)	4645	9077	10837	4432	1760	6192	195,41	119,39	233,3
Итого по разделу III	4664	9096	10856	4432	1760	6192	195,03	119,35	232,76
Заемные средства	2647	1406	0	-1241	-1406	-2647	53,12	0	0
Кредиторская задолженность	3110	11160	3482	8050	-7678	372	358,84	31,20	111,96
Итого по разделу	5757	12566	3482	6809	-9084	-2275	218,27	27,71	60,48
БАЛАНС	10421	21662	14338	11241	-7324	39,17	207,87	66,19	137,59

В ходе горизонтального анализа определяется изменение разных статей баланса за исследуемый период. Схожая динамика к увеличению стоимости прослеживается и по оборотным активам исследуемой организации. Их стоимость за исследуемый период (с 2013года по 2015 год) увеличилась на 3917 тыс. руб., в том числе за счет увеличения стоимости запасов на 333 тыс. руб.; стоимости денежных средств, находящихся в распоряжении ООО «Колибри-тур» на 3317 тыс. руб.

Так же, на общее изменение общей стоимости оборотных активов организации повлияло уменьшение суммы НДС по приобретенным ценностям на 106 тыс. руб., снижение суммы долгосрочной дебиторской задолженности на 38 тыс. руб. и уменьшение стоимости краткосрочной дебиторской задолженности на 182 тыс. руб. Стоимость краткосрочных финансовых вложений ООО «Колибри-тур» за исследуемый период не изменилась и не оказала влияние на изменение общей

стоимости оборотных активов туристской организации.

Долгосрочные кредиторские обязательства в структуре пассивов баланса ООО «Колибри-тур» за исследуемый период отсутствовали. Стоимость краткосрочных кредиторских обязательств ООО «Колибри-тур» за исследуемый период уменьшилась на 2275 тыс. руб. Данная динамика наблюдается за счет изменения следующих показателей по разделу V пассива баланса ООО «Колибри-тур»: сумма займов и кредитов уменьшилась на 2647 тыс. руб. и в 2015 году составила 0 (ноль) руб., что свидетельствует о том, что организация полностью рассчиталась по долгосрочным кредитам в исследуемом периоде; сумма краткосрочной кредиторской задолженности по текущим обязательствам увеличилась на 372 тыс. руб., что является отрицательным показателем.

Тем не менее, стоит отметить, что в 2015 году по сравнению с 2014 годом стоимость краткосрочной кредиторской задолженности ООО «Колибри-тур» значительно уменьшилась – на 7678 тыс. руб. или на 68,8%. В структуре раздела «Капитал и резервы» баланса ООО «Колибри-тур» наибольшую долю имеет нераспределенная прибыль ООО «Колибри-тур» – 99,82% в 2011 году, за период с 2013 года по 2015 год ее доля увеличилась на 0,23%. Доля Уставного капитала в структуре рассматриваемого раздела баланса ООО «Колибри-тур» за исследуемый период уменьшилась, не смотря на неизменное значение стоимости, на 0,12% (0,21% в 2013 году). Доля добавочного капитала, в пассивах по данному разделу за 2013-2015 годы, уменьшилась на 0,11 % и в 2015 году составила 0,08%, в то время как в 2013 году составляла 0,19%. Наличие нераспределенной прибыли с одной стороны говорит о недостаточно рациональном ее использовании в целях развития организации, но с другой о возможности формирования значительных резервов для возмещения возможных непредвиденных расходов.

С точки зрения влияния на финансовую независимость и финансовую устойчивость и организации, краткосрочная кредиторская задолженность является наибольшей угрозой, поскольку ее погашение может быть потребовано кредиторами или контрагентами в любой момент в течении финансового года. Также необходимо отметить, что непосредственно динамика (абсолютное изменение) суммы краткосрочной кредиторской задолженности не позволяет в максимально точно оценить ее влияние на финансовое состояние ООО «Колибри-тур». В рамках исследования был также произведен вертикальный баланс данного предприятия.

Таким образом, анализ показал, что туристская организация находится в достаточно благоприятном финансовом положении. Компания способна своевременно решать поступающие проблемы, минимизируется потеря платежеспособности, однако показатель обеспеченности собственными активами ниже нормативного показателя.

Результаты проведенного анализа дали

возможность сформулировать основные рекомендации для дальнейшего развития предприятия:

для повышения устойчивости предприятия необходимо совершенствовать его внутреннюю структуру, учитывать прогрессивные явления внешнего окружения и использовать их в деятельности предприятия;

работать в направлении расширения туристических маршрутов, открытие новых направлений;

создание аналитического отдела поможет в организации и управлении конкурентоспособностью предприятия;

обеспечить более эффективное использование имущества;

максимально снизить влияние рисков;

повышать эффективность коммерческой деятельности.

Л и т е р а т у р а

1. Методика анализа бухгалтерского баланса предприятия [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://nalog-nalog.ru/analiz_hozyajstvennoj_deyatelnosti_ahd/metodika_analiza_buhgalterskogo_balansa_predpriyatiya/

2. Копачева Е.И. Основные процессы стратегического управления финансовой устойчивостью туристических предприятий // Е.И. Копачева/ Ученые записки Таврического национального университета имени В.И. Вернадского Серия «Экономика и управление». Том 24 (63). 2011 г. № 2. С. 85-96. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://sn-econmanag.crimea.edu/arhiv/2011/uch_24_2econ/009_kopa.pdf

R e f e r e n c e s

1. Metodika analiza buhgalterskogo balansa predpriyatiya [Elektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: http://nalog-nalog.ru/analiz_hozyajstvennoj_deyatelnosti_ahd/metodika_analiza_buhgalterskogo_balansa_predpriyatiya/

2. Kopacheva E.I. Osnovnye processy strategicheskogo upravleniya finansovoj ustojchivost'yu turisticheskikh predpriyatij // E.I. Kopacheva/ Uchenye zapiski Tavricheskogo nacional'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo Seriya «Ekonomika i upravlenie». Tom 24 (63). 2011 g. № 2. S. 85-96. [Elektronnyj resurs]. - Rezhim dostupa: http://sn-econmanag.crimea.edu/arhiv/2011/uch_24_2econ/009_kopa.pdf

Tochko E., Elvin Tofik oglu of Fahratov, Zubova A. ECONOMIC AND FINANCIAL PROBLEMS OF TOURISM ENTERPRISES AND THE WAYS OF THEIR RESOLUTION

The article considers horizontal and vertical analysis of the enterprise as a factor through which it is possible to identify the problems of a tourist enterprise, and also on the basis of indicators to draw conclusions on improving its position within the tourist market.

Keywords: *finance, travel company, analysis, calculation of indicators, problems, problem solving, activity structure.*

Точко Е.В. – студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

E-mail: kot166@rambler.ru

Фахратов Э.Т. – студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Зубова А.С. - студент ФГАОУ ВО «Белгородский государственный национальный исследовательский университет»

Tochko E. - Student of "Belgorod State National Research University".

E-mail: kot166@rambler.ru

Elvin Tofik oglu of Fahratoev - Student of "Belgorod State National Research University"

Zubova A. - Student of "Belgorod State National Research University"

Рецензент: Герасимова Н.А. к.э.н., доцент кафедры экономики и моделирования производственных процессов НИИ «БелГУ».

Статья подана 3.04.17

ТРЕБОВАНИЯ

к оформлению статей для публикации в научном журнале «ВЕСТНИК Луганского национального университета имени Владимира Даля»

ПУБЛИКАЦИЯ СТАТЕЙ

1. Документы и материалы собираются на кафедрах, ответственных за раздел, затем передаются в издательство университета.
2. К публикации принимаются статьи, материалы которых соответствуют научному направлению сборника (**определяется кафедрой, формирующей раздел в журнале**).
3. Статьи, не соответствующие научному направлению журнала или Требованиям к оформлению статей, редакцией не принимаются.
4. Для принятия решения о публикации статьи в журнале необходимо предоставить:
 - сопроводительное письмо (с указанием, что статья ранее нигде не публиковалась) от организации, где работают авторы, и сведения об авторах статьи, рецензию.

Для сотрудников ЛНУ им. В. Даля вместо письма можно предоставить выписку из заседания совета факультета и рецензию;

– электронный вариант статьи:

Название файла статьи: <фамилия автора_город> например – Петров_Луганск.doc.

Название английского файла Petrov_Lugansk.doc.

Статья сохраняется в форматах *.doc, *.docx, *.rtf.

Внимание! Убедительная просьба, проверить получение редакцией материалов.

Внимание! Редакция оставляет за собой право возвращать статьи авторам на доработку в следующих случаях: правка ошибок после вычитки, статья небрежно оформлена и не соответствует требованиям редакции.

ДЛЯ ВЫЧИТКИ текст статьи (английский текст не вычитывается) распечатывают в соответствии с такими требованиями:

- формат А4 (поля по 20 мм с каждой стороны);
- шрифт Times New Roman,
- размер –14 пт,
- межстрочное расстояние – 1,5 строки.
- четкая печать на лазерном или струйном принтере.

Статьи подаются в одном экземпляре, напечатанные на лазерном (струйном) принтере, с подписями всех авторов, файл статьи на диске или e-mail: izdat.lguv.dal@gmail.com, а также предоставляются данные на английском языке (авторы статьи, заглавие статьи; наименование организации, ведомства, должность, электронный адрес автора); аннотация; ключевые слова; список литературы латиницей).

Луганский национальный университет имени Владимира Даля,
г. Луганск, кв. Молодежный, 20,а

СТРУКТУРА СТАТЬИ

УДК

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ (на языке текста)
Фамилии, инициалы авторов (на языке текста статьи)

НАЗВАНИЕ СТАТЬИ (на английском языке)
Фамилии, инициалы авторов (на английском языке)

*Аннотация на языке статьи***Ключевые слова:**

Основной текст статьи, включающий следующие разделы:

Введение**Изложение основного материала****Результаты исследований****Выводы****Л и т е р а т у р а на языке текста статьи****Л и т е р а т у р а л а т и н и ц е й****Фамилии, имя, отчество (ПОЛНОСТЬЮ), название статьи (на английском языке)***Аннотация (на английском языке)**Ключевые слова (на английском языке)***Сведения об авторах (на русском и английском языке), e-mail: (каждого автора)****Рецензент***Статья подана***ОБРАЗЕЦ статьи на сайте университета**http://www.dahluniver.ru/about_university/departments/izdatelstvo/**ПРАВИЛА ОФОРМЛЕНИЯ СТАТЬИ**

Основной текст статьи размещается на формате А4 (80х245 мм), ориентация – книжная со следующими полями: верхнее – 3 см, нижнее – 2,25 см, левое – 2 см, правое – 11 см. От края до верхнего колонтитула – 2 см, до нижнего колонтитула – 1см, межстрочный интервал – 1,0. Запрет висячих строк. Автоматическая расстановка переносов (ширина зоны переноса слов – 0,25 см). Запрет переноса слов прописными буквами.

Текст статьи оформляется в редакторе **Microsoft Word XP/2003/2007/2010**.

Статья сохраняется в форматах *.doc, *.docx, *.rtf.

ПРИМЕР ОФОРМЛЕНИЯ

На первой странице в первой строке набирается УДК, без абзацного отступа. (выравнивание по левому краю). Шрифт Times New Roman, размер 10 пт, начертание – обычный.

пропуск строки

Название статьи на языке текста (русском или украинском) набирается прописными буквами (шрифт Times New Roman, размер – 11 пт, начертание – **полужирный**, выравнивание – по центру).

пропуск строки

Фамилии, инициалы авторов (количество авторов **не более 3-х** от одной организации) **на языке текста статьи** (русском или украинском) (шрифт Times New Roman, размер – 11 пт, начертание – **полужирный**, выравнивание – по центру).

пропуск строки

пропуск строки

Название статьи на английском языке набирается прописными буквами (шрифт Times New Roman, размер – 11 пт, начертание – **полужирный**, выравнивание – по центру).

пропуск строки

Фамилии, инициалы авторов на английском языке (шрифт Times New Roman, размер – 11 пт, начертание – **полужирный**, выравнивание – по центру).

пропуск строки

пропуск строки

пропуск строки

Аннотация на языке статьи объемом не менее 500 знаков (не менее 8 строк) (шрифт Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – *курсив*, выравнивание – по ширине, без абзацного отступа).

Ключевые слова на языке статьи (не более 7 слов) размещаются с новой строки (шрифт Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – *курсив*, выравнивание – по ширине, без абзацного отступа).

пропуск строки

пропуск строки

Основной текст статьи набирается шрифтом Times New Roman; размер – 10 пт; начертание – обычный; межстрочный интервал – 1,0; выравнивание – по ширине, абзацный отступ – 0,75 см.

Заголовок каждого раздела (**Вступление** и т.д.) выделяют по тексту полужирным, помещают с новой строки. Текст раздела идет сразу после заголовка в той же строке.

Статья должна включать такие разделы:

Введение (постановка проблемы, задачи в общем виде и ее связь с важными научными и практическими задачами, анализ последних публикаций (не менее 3-х статей), в которых анализируется решение данной проблемы, формулировка цели статьи (отдельный абзац с новой строки – «Целью работы является...») и постановка задач);

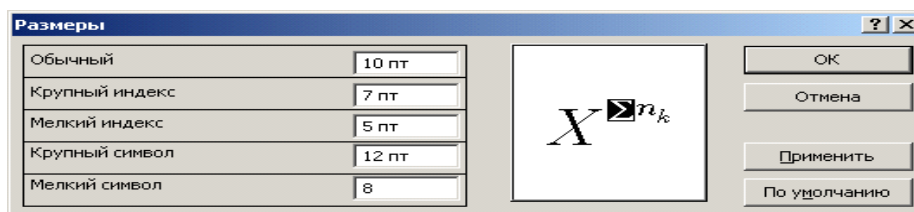
Изложение основных материалов

Результаты исследований

Выводы

Литература

Формулы и символы набираются только (!!!) в редакторе формул Microsoft Equation 2.0/3.0 или MathType со следующими параметрами: стиль – математический; размеры шрифта:



Формулы не должны быть деформированы (формат объекта → размер → масштаб → 100%)

Нумерация формул – в круглых скобках с выравниванием по правому краю границы текста.

Внимание! Убедительная просьба не увлекаться "декоративной математикой".

Рисунки, диаграммы и графики размещаются непосредственно в тексте без обтекания (формат рисунка → положение → обтекание → в тексте) в последовательности, в которой приводятся ссылки на них в статье, сразу после первой ссылки на них. Рисунки выполняются в форматах .jpg, .wmf или .tif. Выполненные в Word рисунки должны быть сгруппированы и стоять без обтекания либо помещены в полотно.

Подрисуночный текст, номер, название рисунка выполняется шрифтом Times New Roman; размер – 9 пт; начертание – обычный; интервал – 1,0.

Рисунки не должны быть деформированы.

Внимание! Запрещается внедрять графические материалы в виде объектов, связанных с др. программы, например, с КОМПАС, MS Excel и т.п. Рисунки, выполненные непосредственно в MS Word, не принимаются.

Таблицы. Таблица озаглавляется словом "Таблица" (шрифт – обычный TNR 9 пт, выравнивание – по правому краю) со следующим за ним номером. В следующей строке помещается название таблицы с прописной буквы (не более 3-х строк), (шрифт – полужирный, TNR, 9 пт, выравнивание – по центру) без заключительной точки. Шрифт заголовков столбцов и строк, содержания таблицы – обычный TNR 9 пунктов. Таблицы нумеруются арабскими цифрами и размещаются после первого упоминания (ссылки на них).

пропуск строки

Заголовок «**Л и т е р а т у р а**» размещается после выводов и набирается строчными буквами (шрифт Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – **полужирный**, разреженный – 2,5 пт, выравнивание – по центру). Список литературных источников выполняется шрифтом Times New Roman; размер – 9 пт; начертание – обычный, в виде нумерованного списка с точкой без скобки.

пропуск строки

Заголовок «**References**» и список литературы, набранный латиницей, помещают через интервал после списка литературы с использованием сайта <http://translit.ru> (шрифт Times New Roman; размер – 9 пт; стиль – **полужирный**, разреженный – 2,5 пт, выравнивание – по центру). Используйте, по возможности, ссылки на переводные версии журналов и книг, а не просто транслитерируйте их.

Внимание! Список использованной литературы в статье, в соответствии с требованиями **РИНЦ**, должен также быть представлен в романском алфавите отдельным элементом статьи под заголовком **References** повторяя список литературы на языке оригинала.

пропуск строки

пропуск строки

Фамилии, инициалы авторов, название статьи (на украинском, если статья на русском или русском, если статья на украинском языках) (Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – **полужирный**, выравнивание – по ширине, абзацный отступ – 0,75 см).

Аннотация на украинском (русском) языках размещаются с новой строки, объемом не менее 500 знаков (не менее 8 строк) (Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – *курсив*, выравнивание – по ширине, абзацный отступ – 0,75 см).

Ключевые слова на украинском (русском) языках (до 7 слов) размещаются с новой строки после аннотации (шрифт Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – *курсив*, выравнивание – по ширине, абзацный отступ – 0,75 см).

пропуск строки

Фамилии, инициалы авторов, название статьи на английском языке (Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – **полужирный**, выравнивание – по ширине, абзацный отступ – 0,75 см).

Аннотация на английском языке объемом не менее 850 знаков (не менее 12 строк) Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – *курсив*, выравнивание – по ширине, абзацный отступ – 0,75 см).

Аннотация должна быть:

- информативной (не содержать общих слов);
- оригинальной (не быть калькой русскоязычной аннотации);
- содержательной (отражать основное содержание статьи и результаты исследований);
- структурированной (следовать логике описания результатов в статье);
- написана качественным английским языком (не компьютерный перевод);
- компактной (укладываться в объем 850 знаков).

Ключевые слова на английском языке (до 7 слов) размещаются с новой строки (шрифт Times New Roman, размер – 9 пт, начертание – *курсив*, выравнивание – по ширине, абзацный отступ – 0,75 см).

пропуск строки

Сведения об авторах (на русском и английском языках): ПОЛНОСТЬЮ фамилия, имя отчество (начертание – полужирный), ученая степень, звание, должность, место работы, адрес электронной почты (шрифт Times New Roman; размер – 9 пт; начертание – обычный, без абзацного отступа).

пропуск строки

Рецензент: указывается фамилия, инициалы, ученая степень, ученое звание рецензента из редколлегии Вестника по данному направлению (шрифт Times New Roman; размер 9 пт; начертание – обычный, без абзацного отступа).

пропуск строки

Статья подана (шрифт Times New Roman; размер 8 пт; начертание – обычный, выравнивание – по правому краю). Дата поступления статьи ставится кафедрой, отвечающей за формирование данного сборника.

1. Статья, текст вместе с рисунками и др. нетекстовыми элементами, должна быть объемом 3...7 полных страниц (до списка литературы) формата А4 (210×297 мм).

**ВЕСТНИК
ЛУГАНСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА
имени ВЛАДИМИРА ДАЛЯ
№ 3(5) Ч.1 2017**

Научный журнал

Оригинал-макет

Е.А. Гриниченко

Подписано к печати 14.08.2017
Формат 60x84/8. Бумага офсетная. Гарнитура Times
Условных. печатных. стр. 31,72. Обл. печать. стр. 32,5.
Тираж 100 экз. Изд. № 0050. Заказ №

ИЗДАТЕЛЬСТВО
Луганского национального университета
имени Владимира Даля

Свидетельство о регистрации серия МИ-СГР ИД 000003 от 20.11.2015 г.

91034, г. Луганск, кв. Молодежный, 20,а.
Тел.: (050) 285-80-08, (072) 138-34-80
E-mail: izdat.lguv.dal@gmail.com
<http://www.dahluniver.ru>