



The Ministry of Science and Higher Education of the Russian Federation

## Sochi Journal of Economy

Scientific periodical. First published in 2007  
ISSN 2541-8114. 2020, 14(4)

### Editorial Staff:

G. M. ROMANOVA  
Editor in Chief — Dr. (Economic), Professor,  
Rector of Sochi State University (SGU)  
A. A. CHERKASOV  
Deputy Editor in Chief — Dr. (History), Professor (VolGU)  
E. K. VOROBEY  
Deputy Editor in Chief — PhD (Economic) (SGU)

M. YU. AFANAS'EV  
Dr. (Economic), Professor (CEMI, RAS)  
T. E. GVARLIANI  
Dr. (Economic), Professor (SGU)  
E. N. KLOCHKO  
Dr. (Economic), Professor (KSAU)  
M. S. OBORIN  
Dr. (Economic), Professor (PRUE)  
V. S. OSIPOV  
Dr. (Economic), Professor (MGIMO University MFA Russia)  
N. A. SAVELEVA  
Dr. (Economic), Professor (SGU)  
M. Yu. SHERESHEVA  
Dr. (Economic), Professor (MSU named after  
M.V. Lomonosov)  
A. A. RYABTSEV  
PhD (Economic) (SGU)  
A. M. VETITNEV  
Dr. (Economic), Dr. (Medicine), Professor (SGU)

The journal is listed in Russian Index  
of Scientific Quotations  
Impact factor of Russian Science Citation 2018 – 0,097

### Founder:

FSBEI HE "Sochi State University"

### Editorial address:

94, Plastunskaya Str., Sochi city, 354000  
Tel.: 8(918)201-97-19

### Address of the publisher:

94, Plastunskaya Str., Sochi city, 354000

### Address printing:

94a, Plastunskaya Str., Sochi city, 354000

E-mail: [vestniksgu@inbox.ru](mailto:vestniksgu@inbox.ru)  
Website: [www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)

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

### Editorial Board:

F. J. DEMICCO (USA)  
Professor, ARAMARK Chair in the Department of  
Hospitality and Sport Business Management at the  
University of Delaware USA  
F. DIMANCHE (Canada)  
Director, Ted Rogers School of Hospitality and Tourism  
Management, Ryerson University  
V.S. MKRTTCHIAN (Australia)  
Doctor of Technical Sciences, CEO, HHH University  
A. T. BYKOV (Russian Federation)  
Doctor of Medicine, Professor, Corresponding  
Member of Russian Academy of Sciences  
G. A. KARPOVA (Russian Federation)  
Doctor of Economy, Professor, Vice-President of National  
Academy of Tourism  
V. I. GASUMYANOV (Russian Federation)  
Doctor of Economy, Vice President, Director of the  
Directorate of Corporate Security – Head of Safety Unit of  
PJSC «GMK Norilsk Nickel» (Chairman of Editorial  
Board)  
E. BRUNAT (France)  
Doctor of Economic Sciences, Institut d'Administration  
des Entreprises, L'Université Savoie Mont Blanc  
G. R. COLLINS (USA)  
Professor, Executive Director, Northern Arizona  
University's School of Hotel and Restaurant Management  
L. ANDRADES CALDITO (Spain)  
Department of Business Management and Sociology,  
University of Extremadura  
G. MASTERMAN (UK)  
Head of the Department of Sport, Sheffield Hallam  
University  
E. L. PISAREVSKY (Russian Federation)  
Doctor of Law, Deputy Chairman of the Russian Social  
Insurance Fund

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

Magazine Certificate of Registration

ПН №ФЦ77-62398 July 14, 2015.

Information product mark: 16

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

Free price

Release date 25.12.2020.

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

Ysl. Izd. l. 21,04. Ysl. pech. l. 16,2.  
Circulation 500 copies. Order 83

Issued from 2007  
Publication frequency — once in 3 months



Министерство науки и высшего образования РФ

## Sochi Journal of Economy

НАУЧНЫЙ ЖУРНАЛ. Издается с 2007 г.  
ISSN 2541-8114. 2020, 14(4)

### РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ:

Г. М. РОМАНОВА  
главный редактор — д-р экон. наук, профессор, ректор  
Сочинского государственного университета  
А. А. ЧЕРКАСОВ  
зам. главного редактора — д-р ист. наук,  
профессор ВолГУ  
Е. К. ВОРОБЕЙ  
зам. главного редактора — канд. экон. наук, доцент  
СГУ

М. Ю. АФАНАСЬЕВ  
д-р экон. наук, профессор ЦЭМИ РАН  
А. М. ВЕТИТНЕВ  
д-р экон. наук, д-р мед. наук, профессор СГУ  
Т. Е. ГВАРЛИАНИ  
д-р экон. наук, профессор СГУ  
Е. Н. КЛОЧКО  
д-р экон. наук, профессор КубГАУ  
имени И.Т. Трубилина  
М. С. ОБОРИН  
д-р экон. наук, профессор РЭУ им. Г.В. Плеханова  
В. С. ОСИПОВ  
д-р экон. наук, профессор МГИМО МИД России  
А. А. РЯБЦЕВ  
канд. экон. наук, доцент СГУ  
Н. А. САВЕЛЬЕВА  
д-р экон. наук, профессор СГУ  
М. Ю. ШЕРЕШЕВА  
д-р экон. наук, профессор МГУ имени М.В. Ломоносова

Журнал включен в базу  
Российского индекса научного цитирования.  
Импакт-фактор РИНЦ 2018 – 0,097

### Учредитель:

ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет»

### Адрес редакции:

354003, г. Сочи, ул. Пластунская, 94  
Тел.: 8(918)201-97-19

### Адрес издателя:

354003, г. Сочи, ул. Пластунская, 94

### Адрес типографии:

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

Корректор, редактор-переводчик  
В. С. Молчанова  
Технический редактор, электронная поддержка  
Н. А. Шевченко

### РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ:

Ф. Ж. ДЕМИККО (США)  
профессор, заведующий кафедрой гостиничного и  
спортивного бизнеса университета Делавэра  
Ф. ДИМАНШ (Канада)  
Директор школы гостеприимства и менеджмента в  
туризме Тед Роджерс, Университет Раерсон  
В. С. Мкртчян (Австралия)  
д-р техн. наук, ректор Университета управления,  
информационной науки и технологий  
А. Т. Быков (Российская Федерация)  
д-р мед. наук, профессор, член-корр. РАМН  
Г. А. Карпова (Российская Федерация)  
д-р экон. наук, профессор, вице-президент  
Национальной академии туризма  
В. И. Гасумянов (Российская Федерация)  
д-р экон. наук, вице-президент, директор дирекции  
корпоративной безопасности – руководитель блока  
безопасности ПАО «ГМК «Норильский никель»  
(председатель редсовета)  
Э. Брюна (Франция)  
д-р экон. наук, профессор, Университет Саува Мон  
Блан  
Г. Р. Коллинс (США)  
профессор, исполнительный директор Школы  
гостиничного и ресторанного менеджмента  
Университета Северной Аризоны  
Л. Андрадес Калдито (Испания)  
профессор кафедры менеджмента и социологии,  
Университет Экстремадуры  
Г. Мастерман (Великобритания)  
руководитель департамента спорта, Университет  
Шеффилд Холлам  
Е. Л. Писаревский (Российская Федерация)  
д-р юрид. наук, заместитель председателя Фонда  
социального страхования РФ

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

**ПИ №ФС77-62398**

от 14 июля 2015 г.

**Знак информационной продукции: 16+**

Цена свободная

Дата выхода 25.12.2020.

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

Уч.-изд. л. 21,04. Усл. печ. л. 16,2.

Тираж 500. Заказ № 83

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

## Contents

### Articles

Development of Tourism in the World and National Experience of Implementing Cluster Initiatives A.G. Arakelyan .....	346
Medical Tourism as a Component of the Health Care National Project B.A. Ermakov .....	355
Lean Manufacturing as a Modern Management Concept: Principles and Tools E.V. Gordeeva, D.V. Kuksa .....	360
Research of Municipal Management in the Field of Architecture, Improvement, and Sanitary Maintenance of the District N.A. Keschyanyan, A.O. Balabanova, A.Z. Zeytunyan .....	368
Ethno-Entrepreneurship as a Resource of a Multi-Ethnic Region E.N. Klochko, V.N. Mukha .....	376
Using Social Network Sites in Healthcare Management: Opportunities and Challenges N.I. Rekhter, T.Yu. Anopchenko .....	384
Development of Gastronomic Tourism as a Factor in Increasing Tourist Flow to the Destination N.K. Serdyukova, V.P. Kalinina, D.A. Serdyukov .....	393
Genesis, Challenges and Applications of Medical Tourism in the Voronezh Region, Russian Federation D.S. Timoshenko .....	410

### Scientific Life

Krasnodar Regional Public Organization of the Free Economic Society of Russia: Results in the year of the 255th Anniversary of the VEO of Russia Yu.I. Verbin, E.K. Vorobey .....	425
Meeting of the Recreation and Tourism Scientific and Industry Section within the National Projects and the Professorial Community Professorial Forum – 2020 B.A. Ermakov .....	434

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 346-354

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



## Articles

UDC 334.784

### Development of Tourism in the World and National Experience of Implementing Cluster Initiatives

Ani G. Arakelyan <sup>a, \*</sup>

<sup>a</sup> Subtropical Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences, Russian Federation

#### Abstract

As of today, the formation of economic clusters is a necessary condition for ensuring strong competitive positions of countries and individual territories in the field of industrial, innovative, technological and other types of development. At the same time, different types of economic clusters develop differently in different countries, and the priority in this process is usually given to industrial, innovative and, to a lesser extent, transport and logistics clusters. Conversely, service clusters, including tourist clusters, remain less common. The purpose of this article is to present the results of the author's analysis and generalization of the world experience in implementing cluster initiatives, to determine the prerequisites, goals and the most effective tools for achieving them that are characteristic of this process. A hypothesis is put forward regarding the incomplete correspondence of tourist clusters to the goals of industrial, innovative, technological and competitive development typical for cluster policy, and the greater orientation of this type of clusters to solving problems of economic development in the regional and territorial context. The methodological basis of the study was system analysis and synthesis, and methods of comparison and generalization were actively used. The theoretical propositions formulated as a result of the research can serve as a subject of scientific discussion and a starting point for further research works of a fundamental and applied nature. The results obtained may also be of practical interest to state and local government authorities when they regulate economic development processes in the sectoral and territorial context.

**Keywords:** competition, competitiveness, cluster, tourism, tourism sector of the economy, territory economy, regional economy.

#### 1. Введение

Разработка современной теории экономического развития на основе формирования кластерных образований представляет собой не только абстрактный научно-исследовательский процесс. Ее начало было положено анализом особенностей уже сформировавшихся на тот момент в экономической системе специфических территориально-производственных структур. Дальнейшее развитие данной теории активно сочеталось с попытками практического внедрения сформулированных на ее основе методических положений и разработанного с ее использованием инструментария.

\* Corresponding author

E-mail addresses: [Arakelyan-ani@mail.ru](mailto:Arakelyan-ani@mail.ru) (A.G. Arakelyan)

Едва ли не первым современным примером образования кластерных территориально-производственных образований, возникшим до формирования соответствующей теории, является появление индустриальных округов (районов) Италии. Уже в 1981 г. данные округа, расположенные в центральной и северной части страны, обеспечивали 900 тыс. (или 5,4 % от общего количества) рабочих мест, а находящиеся на их территории, как правило, перерабатывающие предприятия стабильно показывали лучшие показатели производительности и доходности своей деятельности. В дальнейшем экономическая экспансия данных предприятий шла по пути перехода к производствам с более высокой добавленной стоимостью (например, от переработки сельхозпродукции к производству оборудования для такого рода переработки) с параллельной географической экспансией на юг страны, которому «передавались» первичные перерабатывающие производства с параллельным выносом производства сырья в другие менее развитые страны.

В 1991 г. в Италии функционировало уже 199 индустриальных округов, только на малых и средних предприятиях которых в количестве более 1 миллиона (включая смежников) было занято по разным оценкам от 4 до 6 миллионов работников. Заметим при этом, что данные предприятия с численностью работников до 1 тыс. человек являются в Италии наиболее распространенными. На их долю приходится около 98 % от общего количества предприятий по стране (Пятинкин, Быкова, 2008: 30-31; Скоч, 2007). Стало очевидным, что кластеризация превращается в одну из важнейших тенденций развития региональных и национальных экономических систем лидирующих стран.

## 2. Обсуждение

Считается, что впервые единый государственный подход к формированию сетевых структур в экономике был разработан и реализован в конце 1980-х – начале 1990-х годов в Дании. Инвестиции в такого рода разработку составили около 25 млн. долларов США, распределенных в виде грантов на реализацию проектов, разбитых на стадии разработки программной концепции и планов развития, а также практической реализации интеграционных инициатив. Первоначально реализуемые интеграционные проекты затрагивали функционирование сельского хозяйства, текстильной промышленности, производства офисной мебели и средств защиты окружающей среды, из которых первая отрасль являлась самой крупной и с точки зрения задействованных ресурсов, и с точки зрения натурального и стоимостного результата своей деятельности. Уже по состоянию на 1992 г. кластеры объединяли 40 % фирм страны, которые обеспечивали 60 % ее экспорта (Пятинкин, Быкова, 2008: 22-23).

Чуть позже, в первой половине 1990-х годов в Австрии была разработана инновационно-исследовательская программа (TIP), совместно реализованная Институтом экономических исследований и Австрийским исследовательским центром. В ее рамках на первом этапе были проанализированы взаимодействие государства и экономики, имеющие в ней место структурные сдвиги, поведение в этих условиях отдельных фирм. На втором этапе (1996–1999 гг.) был разработан и реализован план мероприятий «Путь в информационное общество и общество знаний», включивший в себя блоки создания национальной системы инноваций, повышения производительности на основе экономического роста и увеличения занятости, совершенствования технологической политики за счет повышения эффективности регулирования и внедрения системы технологического консалтинга. Типичным результатом реализации данной программы стало создание к 2000 г. двух автомобильных кластеров в землях Штирия (110 фирм) и Верхняя Австрия (307 фирм), где работало более 30 тыс. человек и производилось продукции на 8,1 млрд. долл. США. По состоянию на 2009 г. в Австрии функционировало более 30 мегакластеров в области автомобильной промышленности, молекулярной медицины и биотехнологий, информационных и мультимедийных технологий и др. (Пятинкин, Быкова, 2008: 636-39; Горшенева, 2006: 79-81; Осадчая, Коробкина, 2009: 280-284).

В Финляндии кластерный подход изначально был использован при разработке промышленной политики в 1991–1993 гг., после чего он приобрел огромную популярность. Благодаря этому в 1995 г. в стране был опубликован отчет по исследовательской работе «Преимущества Финляндии – будущее финской промышленности», в котором анализировались структура и тенденции развития, а также прогнозировались перспективы конкурентоспособности кластеров в финской экономике. С использованием результатов проведенного исследования была подготовлена Национальная промышленная стратегия

Финляндии, обеспечившая переход от обобщенного макроэкономического регулирования к целенаправленному стратегическому управлению промышленным развитием и конкурентным положением экономики страны. Данная стратегия отталкивалась от наличия на территории страны лесного, информационного и телекоммуникационного, металлургического, энергетического, машиностроительного, пищевого, строительного и медицинского кластеров, а также кластера бизнес-услуг. По состоянию на 1999 г. наиболее значимыми с точки зрения объемов производства и количества занятых в Финляндии являлись информационно-телекоммуникационный, строительный и медицинский кластеры. При этом с точки зрения своей зрелости и конкурентной позиции информационно-телекоммуникационный кластер страны оценивался как сильный, медицинский – как потенциальный, а строительный – как латентный (т.е. имеющий неиспользуемые ресурсы и характеризующийся недостаточной синергией взаимодействия).

Разработчики стратегии отмечали, что эффективное, инновационное и высокомаржинальное развитие производства в Финляндии во многом обеспечивается недостатком природных ресурсов. Дальнейшее его развитие по сформированной траектории должно было обеспечиваться факторами высокого качества корпоративной стратегии, глобализации хозяйственной деятельности, экологизации технологий и результатов производственной деятельности, а также дальнейшего внедрения инноваций (Горшенева, 2006: 79-81; Сутырин, Филиппов, 2004: 71-72).

К середине 2000-х годов в рамках специально посвященных этому национальных исследований в Великобритании было выявлено 154 функционирующих и потенциальных региональных кластера, которые обеспечивали 40 % занятости в Лондоне и 15 % занятости на северо-западе страны, в Испании – 142 местных кластера (называемых здесь промышленными системами), в Нидерландах – 12 крупных конгломератов взаимосвязанных индустриальных отраслей, обеспечивавших около 30 % всего промышленного производства, в Норвегии – 62 региональных кластера (в том числе 55 промышленных), обеспечивавших 22 % занятости по стране, в Португалии – 33 региональных кластера, во Франции – 144 существующих и 82 создающихся кластера (Скоц, 2007).

Анализ и систематизация опыта «первой волны» исследований и теоретического обоснования кластеризации в передовых национальных экономических системах позволяет сделать ряд выводов относительно характерных черт данных процессов. Примечательны следующие факты.

Во-первых, подавляющее большинство национальных исследований по анализу имеющейся структуры и особенностей, а также определению перспектив развития различных видов кластеров были закончены в странах-лидерах экономического развития и некоторых развивающихся странах к середине 2000-х годов.

Во-вторых, данные исследования в основном акцентировались на промышленных кластерах в различных отраслях (традиционных кластерах) и наукоемких информационных, коммуникационных, медицинских, биотехнологических и пр. (так называемых инновационных) кластерах. Сервисные кластеры, специализированные на предоставлении финансовых, бизнес-, туристских и др. услуг, упоминаются в них значительно реже. Как мы полагаем, данный факт обусловлен тем, что рассматриваемые исследования проводились, прежде всего, в разрезе обеспечения существенных и доминирующих конкурентных преимуществ лидирующих национальных экономик, сложно- или даже недостижимых в сфере услуг с учетом специфики ее деятельности.

В-третьих, на том этапе основным заказчиком исследований и инициатором процессов кластеризации выступало государство, использовавшее их при формировании своей промышленной, инновационной и конкурентной политики. Это наглядно иллюстрируется результатами глобального исследования кластерных инициатив, обнародованными в 2003 г. и обобщившими мнения респондентов в бизнесе, научно-исследовательской деятельности и государственном управлении, связанных с работой 238 кластеров по всему миру (преимущественно в Европе, Северной Америке, Австралии, Новой Зеландии и Японии) (Solvell et al., 2003: 59-71). Согласно данным результатам, 54 % респондентов считали роль государства в финансировании процессов формирования и развития экономических кластеров доминирующей, а еще 25 % заявили, что такие проекты финансируются государством и бизнесом совместно. И только 18 % респондентов считало, что кластерные инициативы финансируются исключительно бизнесом, 2 % – международными организациями и 1 % – научным сообществом. При оценке организационной роли различных

участников сделанные оценки несколько изменились и в первой тройке стали чуть «ровнее»: 35 % респондентов отметили здесь приоритет совместной деятельности государства и бизнеса, 32 % – единоличной деятельности государства, а 25 % – единоличной деятельности бизнеса. Роль в данном процессе международных и научно-исследовательских организаций снова была оценена как минимальная (соответственно отсутствие и 5 % ответов).

Примечательно, что приведенное обобщенное мнение отражает взгляд респондентов в «передовых» странах, раньше других начавших развивать на своей территории кластерные образования с целью завоевания лучших и (или) доминирующих конкурентных позиций отдельных секторов своей экономики на мировых рынках. Данные страны обладают наиболее развитыми рыночными экономическими механизмами и, тем не менее, формирование в них таких рыночных по своей сути территориально-производственных образований, какими являются кластеры, иницируется, организуется и финансируется, прежде всего, государством. При этом предполагается, что такое финансирование необходимо и оправдано на начальном этапе создания кластера с тем, чтобы сформировать его организационно-экономическую основу и привлечь к его деятельности первоначально необходимую массу участников. В дальнейшем по мере развития кластера акцент в его финансировании должен смещаться в сторону государственно-частного партнерства или исключительно частного финансирования (Куценко, 2010: 100-109).

Наоборот, менее развитые (развивающиеся и транзитивные (т.е. бывшие социалистические)) страны, где рыночные механизмы еще далеки от высокого уровня своего развития, а роль государства существенно выше показывают ситуацию несравненно меньшего финансового участия с его стороны. В них доля государственного финансирования кластерных инициатив составляет около 25 % притом, что в развитых странах в среднем она находится на уровне около 60 %. В транзитивных странах при этом наблюдается относительно высокий (около 30 %) удельный вес финансирования кластерных инициатив со стороны бизнеса (Ketels et al., 2006: 11-14).

### 3. Результаты

Изначально развитие кластеров пошло по пути использования их наиболее развитыми в экономическом отношении государствами в качестве инструмента проводимой ими промышленной, инновационной и конкурентной политики. Такая ориентация предопределила акцент разработанной данными государствами кластерной стратегии на развитие промышленных, инновационных и, в меньшей степени, транспортно-логистических кластеров. Сервисные, включая туристские, кластеры «по умолчанию» оказались при этом во второстепенном статусе. В дальнейшем данный тренд стал генеральной линией развития и был подхвачен второй волной развития кластерных инициатив в развивающихся и транзитивных странах. Вместе с тем, здесь в условиях не столь ярко выраженных претензий на лидерство развитию сервисных кластеров уделяется несколько большее внимание, прежде всего, как элементу не столько промышленной, инновационной и конкурентной, сколько региональной политики, направленной на выравнивание сложившихся диспропорций территориального развития, ликвидацию депрессивности в развитии отдельных территорий и т.д.

Наглядным примером описанной ситуации является тот факт, что по состоянию на середину 2020 г. на портале European Cluster Collaboration Platform (ECCP), созданном в рамках программы Евросоюза «EU programme for the Competitiveness of Enterprises and SMEs (COSME)», в разделе Cluster Organizations Mapping Tool, отражающем географическое и видовое распределение кластерных образований в мире, по запросам «Tourist Cluster» и «Tourism Cluster» выдавались сведения только о 14 кластерах такого рода, находящихся на разных стадиях и уровнях своего развития и расположенных во Франции, на Балеарских островах, в Исландии, Словении, Сербии (3 кластера), Польше, Румынии (2 кластера), Грузии, Латвии, Литве и Иерусалиме (European Cluster..., 2020).<sup>1</sup> Заметим, что, за исключением Франции, Исландии и достаточно специфического случая Иерусалима, все вышеперечисленные страны относятся именно к развивающимся и транзитивным странам, решающим свои специфические задачи развития.

<sup>1</sup> SMEs (Small and Medium Enterprises) – аналог принятой в России аббревиатуры МСБ (малый и средний бизнес). Всего на указанном ресурсе содержится описание 1121 кластера. Таким образом, туристские кластеры составляют лишь около 1 % от их числа.

Некоторые специалисты высказывают мнение о том, что даваемый ЕССР перечень туристских кластеров не является исчерпывающим и не включает в себя, например, туристские кластеры Южноафриканской Республики (1 национальный, 2 тематических и 4 локальных), Турции (7 региональных кластеров), России (как минимум, Горный и Прибрежный туристские кластеры г. Сочи, созданные в рамках подготовки к Зимним Олимпийским Играм 2014) и др. Вместе с тем, опыт создания данных кластеров отражает разнообразие решаемых в процессе создания туристских кластеров задач, а также используемых подходов к их решению.<sup>2</sup>

Во всех трех случаях инициатором формирования данных кластеров выступило государство, однако его участие в данных проектах было различным и преследовало оно при этом достаточно разные цели. В ЮАР и Турции ими стали приоритетное обеспечение международной конкурентоспособности туристского сектора экономики страны (при этом в ЮАР параллельно решалась задача преодоления депрессивных тенденций развития отдельных территорий), в России – проведение Зимних Олимпийских Игр 2014. Решение задачи создания туристских кластеров в ЮАР осуществлялось в тесном сотрудничестве государства, местных властей, бизнеса и населения с привлечением консорциума иностранных консультантов, которые выполняли исключительно экспертные функции при безусловном приоритете местной инициативы, идущей «снизу». В Турции, наоборот, приоритетом была местная инициатива «сверху», сформулированная в середине 1980-х годов в виде долгосрочной программы развития туристского сектора экономики страны на территориях – полюсах роста, в которой государство принимало на себя функции: а) реализации крупных государственных инвестиционных программ развития туризма; б) контроля (включая экологический) за процессом хозяйственного развития туристских территорий; в) рекламы турецких курортов на международном рынке; г) обеспечения комплексности, полноты и широкой доступности туристского продукта; д) содействия в завоевании новых сегментов туристского рынка. Наконец, в России двигателем процесса также оказалась инициатива «сверху», но только в крайне локализованном и усеченном ее варианте, фактически, затрагивающем функции реализации инвестиционного процесса, но не долгосрочного рыночного использования его результатов. Результатом реализации соответствующих инициатив в ЮАР стали развитие туризма (хотя и не в изначально запланированных объемах), оживление хозяйственной активности и повышение качества жизни на отдельных территориях, а также популяризация туризма в качестве источника благосостояния среди местных сообществ. В Турции реализация разработанной программы развития привела к превращению страны в одну из десяти наиболее популярных в мире туристских дестинаций. Наконец, в России полученные результаты реализации проекта оказались далеки от запланированных и свелись к формированию развитых по мировым меркам и дорогим на фоне конкурентов туристских центров, имеющих все же не столько международное, сколько национальное значение.

Описанные случаи являются, скорее, исключением, не меняющим общей тенденции достаточно низкого удельного веса туристских кластеров в их общем мировом объеме. В России тезис о безусловной приоритетности инновационных и промышленных кластеров наглядно подтверждается тем фактом, что в совместном докладе Минэкономразвития, АО «РВК» и НИУ «Высшая школа экономики» «Кластерная политика: достижение глобальной конкурентоспособности», подводящем итоги первого десятилетия создания кластеров в Российской Федерации (2018 г.), упоминания о сервисных и туристских кластерах отсутствуют как таковые (Абрашкин и др., 2018: 26-33).

С другой стороны, многочисленные отечественные специалисты упоминают в своих работах наличие в стране неодинаково развитых и по-разному развивающихся локальных туристских кластеров в Северо-Кавказском федеральном округе, Республике Татарстан, Самарской области, Краснодарском крае, Республике Адыгея, Владимирской области, Вологодской области и др. субъектах Федерации (Волков, 2016: 5-15; Шерешева, 2016: 37-39; Александрова, Владимиров, 2016: 52-55). Федеральной целевой программой (ФЦП) «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)» декларировалось, что количество подлежащих созданию в ее рамках на территории страны туристских кластеров должно было достигнуть 50-ти (Федеральная целевая программа..., 2011). Согласно официальным источникам, по состоянию на 01 января 2018 г. велось

<sup>2</sup> Здесь и далее анализ по данным, приведенным в (Волков, 2016).

создание 45 туристско-рекреационных и автотуристских кластеров в 35 субъектах Российской Федерации, включая строительство 199 объектов обеспечивающей инфраструктуры (из которых 150 было введено в эксплуатацию) и более 550 объектов туристской инфраструктуры (из которых было введено в эксплуатацию 150).<sup>3</sup>

В течение 2011–2017 гг. в рамках ФЦП была осуществлена реализация инвестиционных проектов на общую сумму более 101,5 млрд. руб., в том числе за счет средств федерального бюджета – 21,2 млрд. руб., бюджетов субъектов Российской Федерации – 6,7 млрд. руб. и внебюджетных источников – 73,6 млрд. руб. В 2018 г. на строительство объектов обеспечивающей инфраструктуры 15 туристских кластеров в 15 субъектах Российской Федерации планировалось истратить из средств федерального бюджета 3,3 млрд. руб., а из средств бюджетов субъектов Российской Федерации – 900,6 млн. руб. Привлечение средств из внебюджетных источников в 2018 г. планировалось в размере 11,1 млрд. руб.

Кроме того, Концепцией федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019–2025 годы)» запланировано, что в 2019–2025 гг. конкурсе на создание на своей территории туристских кластеров примет участие 57 субъектов Российской Федерации с более чем 100 кластерными инициативами. Оценить реалистичность данных планов с учетом современной специфики социально-экономического развития представляется невозможным.

#### 4. Заключение

В основу программных документов, равно как и в случае создания туристских кластеров для проведения Зимних Олимпийских Игр 2014, Министерством экономического развития Российской Федерации был заложен инфраструктурный подход. В соответствии с ним каждый туристский кластер «...представляет собой укрупненный инвестиционный проект, включающий ряд функционально, организационно и финансово взаимосвязанных проектов по отдельным объектам капитального строительства в туристской сфере». И он же является комплексом «...взаимосвязанных объектов рекреационной и культурной направленности – коллективных средств размещения, предприятий питания и сопутствующих сервисов, снабженных необходимой обеспечивающей инфраструктурой» (туристско-рекреационный кластер) или предприятий и организаций, производящих «туристские и сопутствующие услуги, взаимно дополняющие друг друга и обеспечивающие цивилизованные условия для автотуристов» (автотуристский кластер).<sup>4</sup>

В полной мере соответствуя нерыночной по своей сути концепции безусловного приоритета государственной инициативы создания туристских кластеров, данный подход все внимание уделяет достаточности их туристской и обслуживающей инфраструктуры (предполагается, что создание первой финансирует бизнес, а второй – государство) и практически никак не акцентируется на синергии конкурентного и кооперационного взаимодействия его участников. Усугубляет ситуацию то, что сами участники кластерных инициатив «пытаются развивать туристские кластеры, не имея четкого представления о принципах их проектирования и организации, различий в управлении кластерами на разных этапах их развития, особенностях логистики и формирования цепочек создания ценности туристских дестинаций» (Шерешева, 2016). Описанное заставляет сделать вывод относительно высокой вероятности того, что существующие в современной России туристские кластеры на самом деле в полной мере ими не являются и требуют своего существенного «доразвития».

#### Литература

Абрашкин и др., 2018 – Абрашкин В.Л., Артемов С.В., Гусев А.Н. и др. Кластерная политика: достижение глобальной конкурентоспособности. Выпуск 2. Минэкономразвития России, АО «РВК», Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». М.: НИУ ВШЭ, 2018. 346 с.

<sup>3</sup> Здесь и далее аналитические данные даны по источнику [Концепция федеральной целевой программы..., 2019](#).

<sup>4</sup> Цитаты по ФЦП «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011–2018 годы)».

[Александрова, Владимиров, 2016](#) – Александрова А.Ю., Владимиров Ю.Л. Особенности создания туристских кластеров в России (на примере Вологодской области) // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2016. № 1. Т. 10. С. 47-58.

[Волков, 2016](#) – Волков С.К. Зарубежный и российский опыт развития туристских кластеров // *Научные ведомости. Серия Экономика. Информатика*. 2016. №16 (237). Выпуск 39. С. 5-15.

[Горшенева, 2006](#) – Горшенева О.В. Кластеры: сущность, виды, принципы организации и создания в регионах // *Экон. вестник Ростов. гос. ун-та*. 2006. №4. Ч. 2. С. 75-81.

[Концепция федеральной целевой программы..., 2019](#) – Концепция федеральной целевой программы «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2019-2025 годы)». Утв. Распоряжением Правительства Российской Федерации от 05 мая 2018 года, № 872-р / Министерство экономического развития Российской Федерации. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russia-tourism.ru/contents/deyatelnost-programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2019-2025-gody/> (дата обращения: 18.08.2020).

[Куценко, 2010](#) – Куценко Е. Основы кластерной политики государства // *Обозреватель – Observer*. 2010. №3. С. 99-110.

[Осадчая, Коробкина, 2009](#) – Осадчая О.П., Коробкина Е.В. Кластерный подход к повышению конкурентоспособности региона // *Ползуновский альманах*. 2009. №1. С. 280-284.

[Пятинкин, Быкова, 2008](#) – Пятинкин С.Ф., Быкова Т.П. Развитие кластеров: сущность, актуальные подходы, зарубежный опыт. Минск: Тесей, 2008. 72 с.

[Скоц, 2007](#) – Скоц А. Международный опыт формирования кластеров // *Космополис*. 2007. № 16 / Журнальный клуб Интелрос [Электронный ресурс]. URL: <http://www.intelros.ru/index.php?newsid=352> (дата обращения: 17.02.2019).

[Сутырин, Филишов, 2004](#) – Сутырин С.Ф., Филишов П.Н. Кластеры конкурентоспособности Финляндии // *Вестник Санкт-Петербургского университета*. 2004. Сер. 5. Вып. 1 (№ 5). С. 71-77.

[Федеральная целевая программа ..., 2011](#) – Федеральная целевая программа «Развитие внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации (2011-2018 годы)». Утв. Постановлением Правительства Российской Федерации от 02 августа 2011 года, № 644 / Министерство экономического развития Российской Федерации. Федеральное агентство по туризму. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost-programmy-i-proekty/gosudarstvennye-programmy-realizovannye-rosturizmom-do-2020-goda/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody/> (дата обращения: 18.08.2020).

[Шерешева, 2016](#) – Шерешева М. Создание туристских кластеров в регионах России // *Логистика*. 2016. № 6. С. 36-40.

[European Cluster..., 2020](#) – European Cluster Collaboration Platform / Organizations / Cluster Organizations Mapping Tool. [Electronic resource]. URL: <https://clustercollaboration.eu/cluster-mapping> (date of access: 20.05.2020).

[Ketels et al., 2006](#) – Ketels C., Lindqvist G., Sîlvell Î. Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies. 2006. [Electronic resource]. URL: [www.cluster-research.org](http://www.cluster-research.org). P. 23.

[Solvell et al., 2003](#) – Solvell O., Lindqvist G., Ketels K. The Clusters Initiative Greenbook. Stockholm. 2003. 93 p.

## References

[Abrashkin i dr., 2018](#) – Abashkin, V.L., Artemov, S.V., Gusev, A.N. i dr. (2018). Klasternaya politika: dostizhenie global'noi konkurentosposobnosti. Vypusk 2 [Cluster policy: achieving global competitiveness. Issue 2]. Minekonomrazvitiya Rossii, АО «RVK», Nats. issled. un-t «Vysshaya shkola ekonomiki». M.: NIU VShE, 346 p. [in Russian]

[Aleksandrova, Vladimirov, 2016](#) – Aleksandrova, A.Yu., Vladimirov, Yu.L. (2016). Osobennosti sozdaniya turistskikh klasterov v Rossii (na primere Vologodskoi oblasti) [The features of the creation of tourist clusters in Russia (on the example of the Vologda region)]. *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 1(10): 47-58. [in Russian]

[European Cluster..., 2020](#) – European Cluster Collaboration Platform / Organizations / Cluster Organizations Mapping Tool. [Electronic resource]. URL: <https://clustercollaboration.eu/cluster-mapping> (date of access: 20.05.2020).

**Federal'naya tselevaya programma ..., 2011** – Federal'naya tselevaya programma «Razvitie vnutrennego i v"ezdnoogo turizma v Rossiiskoi Federatsii (2011-2018 gody)». Utv. Postanovleniem Pravitel'stva Rossiiskoi Federatsii ot 02 avgusta 2011 goda, № 644 [Federal target program "Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2011-2018)". Approved. Resolution of the Government of the Russian Federation of August 02, 2011, № 644]. Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya Rossiiskoi Federatsii. Federal'noe agentstvo po turizmu. [Electronic resource]. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/gosudarstvennye-programmy-realizovannye-rosturizmom-do-2020-goda/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2011-2018-gody/> (data obrashcheniya: 18.08.2020). [in Russian]

**Gorsheneva, 2006** – *Gorsheneva, O.V.* (2006). Klasteri: sushchnost', vidy, printsipy organizatsii i sozdaniya v regionakh [Clusters: essence, types, principles of organization and creation in the regions]. *Ekon. vestnik Rostov. gos. un-ta.* 4. Ch. 2. Pp. 75-81. [in Russian]

**Ketels et al., 2006** – *Ketels C., Lindqvist G., Silvell Î.* (2006). Cluster Initiatives in Developing and Transition Economies. [Electronic resource]. URL: [www.cluster-research.org](http://www.cluster-research.org). P. 23.

**Kontsepsiya federal'noi tselevoi programmy..., 2019** – Kontsepsiya federal'noi tselevoi programmy «Razvitie vnutrennego i v"ezdnoogo turizma v Rossiiskoi Federatsii (2019-2025 gody)». Utv. Rasporyazheniem Pravitel'stva Rossiiskoi Federatsii ot 05 maya 2018 goda, № 872-r [The concept of the federal target program "Development of domestic and inbound tourism in the Russian Federation (2019-2025)". Approved by Order of the Government of the Russian Federation dated May 05, 2018, № 872-r]. Ministerstvo ekonomicheskogo razvitiya Rossiiskoi Federatsii. Federal'noe agentstvo po turizmu. [Electronic resource]. URL: <https://www.russiatourism.ru/contents/deyatelnost/programmy-i-proekty/federalnaya-tselevaya-programma-razvitie-vnutrennego-i-vezdnogo-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-2019-2025-gody/> (date of access: 18.08.2020). [in Russian]

**Kutsenko, 2010** – *Kutsenko, E.* (2010). Osnovy klasternoi politiki gosudarstva [Fundamentals of state cluster policy]. *Obozrevatel' – Observer.* 3: 99-110. [in Russian]

**Osadchaya, Korobkina, 2009** – *Osadchaya, O.P., Korobkina, E.V.* (2009). Klasternyi podkhod k povysheniyu konkurentosposobnosti regiona [Cluster approach to increasing the competitiveness of the region]. *Polzunovskii al'manakh.* 1: 280-284. [in Russian]

**Pyatinkin, Bykova, 2008** – *Pyatinkin, S.F., Bykova, T.P.* (2008). Razvitie klasterov: sushchnost', aktual'nye podkhody, zarubezhnyi opyt [Cluster development: essence, current approaches, foreign experience]. Minsk: Tesei, 72 p. [in Russian]

**Sheresheva, 2016** – *Sheresheva, M.* (2016). Sozdanie turistskikh klasterov v regionakh Rossii [Creation of tourist clusters in the regions of Russia]. *Logistika.* 6: 36-40. [in Russian]

**Skoch, 2007** – *Skoch, A.* (2007). Mezhdunarodnyi opyt formirovaniya klasterov [International experience of cluster formation]. *Kosmopolis.* 16. Zhurnal'nyi klub Intelros [Electronic resource]. URL: <http://www.intelros.ru/index.php?newsid=352> (date of access: 17.02.2019). [in Russian]

**Solvell et al., 2003** – *Solvell, O., Lindqvist, G., Ketels, K.* (2003). The Clusters Initiative Greenbook. Stockholm. 93 p.

**Sutyurin, Filippov, 2004** – *Sutyurin, S.F., Filippov, P.N.* (2004). Klasteri konkurentosposobnosti Finlyandii [Clusters of Finland's competitiveness]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta.* Ser. 5. 1(5): 71-77. [in Russian]

**Volkov, 2016** – *Volkov, S.K.* (2016). Zarubezhnyi i rossiiskii opyt razvitiya turistskikh klasterov [Foreign and russian experience in the development of tourist clusters]. *Nauchnye vedomosti. Seriya Ekonomika. Informatika.* 16(237). Vypusk 39. Pp. 5-15. [in Russian]

УДК 334.784

## Развитие туризма в мировом и отечественном опыте реализации кластерных инициатив

Ани Гагиковна Аракелян <sup>а, \*</sup>

<sup>а</sup> Субтропический научный центр Российской академии наук, Российская Федерация

**Аннотация.** По состоянию на сегодняшний день формирование экономических кластеров является необходимым условием обеспечения сильных конкурентных позиций стран и отдельных территорий в области промышленного, инновационного, технологического и иных видов развития. При этом различные виды экономических кластеров в разных странах развиваются неодинаково, приоритет в данном процессе, как правило, принадлежит промышленным, инновационным и, в меньшей степени, транспортно-логистическим кластерам. И наоборот, сервисные, включая туристские, кластеры остаются не столь распространенными. Целью настоящей статьи является изложение результатов авторского анализа и обобщения мирового опыта реализации кластерных инициатив, определения характерных для данного процесса предпосылок, целей и наиболее эффективных инструментов их достижения. Выдвинута гипотеза относительно неполного соответствия туристских кластеров типичным для кластерной политики целям промышленного, инновационного, технологического и конкурентного развития, большей ориентации данного вида кластеров на решение проблем экономического развития в региональном и территориальном разрезе. Методологической основой проведенного исследования стали системный анализ и синтез, в его ходе активно применялись методы сравнения и обобщения. Теоретические положения, сформулированные в результате проведенного исследования, могут выступать как предмет научной дискуссии и отправная точка для дальнейших научно-исследовательских работ фундаментального и прикладного характера. Полученные результаты также могут представлять практический интерес для органов государственной власти и местного самоуправления при регулировании ими процессов экономического развития в отраслевом и территориальном разрезе.

**Ключевые слова:** конкуренция, конкурентоспособность, кластер, туризм, туристский сектор экономики, экономика территории, региональная экономика.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [Arakelyan-ani@mail.ru](mailto:Arakelyan-ani@mail.ru) (А.Г. Аракелян)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 355-359

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 378.1

## Medical Tourism as a Component of the Health Care National Project

Boris A. Ermakov <sup>a, \*</sup>

<sup>a</sup> Sochi State University, Russian Federation

### Abstract

Two alternative views of medical tourism have been shaped by the expert community of Russia to date. On the one hand, it is recognized as a component of the public health care system, on the other it is a segment of the tourist sector. Such dualism leads to different interpretations of the concept, as well as the structure and functional characteristics of medical tourism, which is not the best way to promote its development in our country. According to the author, there is an urgent need to merge the two systems aimed at ensuring health preservation that is medicine and socio-cultural tourism, into a single segment of medical tourism, implementation of the competent personnel policies. Without solving this task it will be impossible to ensure the successful implementation of the Medical Services Export Development Federal Project that is part of the Health Care National Project.

**Keywords:** health preservation, medical tourism, Health Care National Project.

### 1. Введение

Во все времена поиск наилучших возможностей для получения необходимой медицинской помощи был крайне важным делом, что собственно и привело к появлению медицинского туризма, популярность которого во всем мире растет.

И Россия в этом смысле не исключение. По данным Всемирной туристской организации, уже сегодня Россия занимает 5-е место в мире по привлекательности медицинского и оздоровительного туризма и лишь 59-е – по реализации имеющегося потенциала ([Какие инструменты нужны...](#)).

Однако, иностранные граждане едут в Россию за медицинской помощью исходя, прежде всего, из финансово-экономических соображений. В то время как комплекс вопросов организации обслуживания медицинских туристов при порой сопоставимом уровне качества медицинской помощи оставляет желать лучшего и, пока еще, далек от международного стандарта.

### 2. Материалы и методы

В статье применен системный подход, включающий использование аналитического и сравнительного методов исследования, что позволило выявить проблемы связанные с кадровым обеспечением медицинского туризма. В процессе исследования использованы нормативные документы, научные публикации по анализируемой проблеме, информация,

\* Corresponding author

E-mail addresses: [borisermakovsochi@gmail.com](mailto:borisermakovsochi@gmail.com) (B.A. Ermakov)

размещенная на официальных сайтах органов государственной власти и управления и профильных общественных объединений.

### 3. Обсуждение

Нами предлагается следующая трактовка понятия «медицинский туризм»: «Поездка по инициативе гражданина за счет его личных или корпоративных средств, в целях получения плановой профессиональной медицинской помощи за пределами места постоянного проживания (Ермаков, 2020: 6). В рамках данного понятия предлагается выделять клиническую и санаторно-курортную составляющие.

В рамках реализации национального проекта "Здравоохранение", объем въездного медицинского туризма к 2024 году должен вырасти до \$ 1 млрд. с увеличением количества пролеченных иностранных граждан более чем в четыре раза до 1200 тыс. чел. (Федеральный проект, 2018). Целевым показателем на 2019 год ставилось привлечение 564 тыс. иностранных пациентов, что в денежном эквиваленте равнялось бы 470 млн. долларов. За первую половину 2019 года удалось привлечь около 530 тыс. иностранных пациентов, получивших услуги в медицинских организациях различного профиля объемом 230 млн. долларов США (Госпрограмма..., 2019).

Безусловно, реализация мероприятий по предотвращению распространения новой коронавирусной инфекции и связанное с этим закрытие границ, затормозило процесс развития экспорта медицинских услуг в формате всех его составляющих. Вместе с тем, по оценкам Ростуризма, в постэпидемический период прогнозируется увеличение спроса на медицинский туризм (Ростуризм, 2020). И Россия с ее мощным санаторно-курортным потенциалом имеет все шансы занять лидирующие позиции в данном сегменте медицинского туризма. Однако для этого необходимо обеспечить формирование конкурентоспособного комплексного туристского продукта, востребованного на международном рынке.

В стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. в числе основных инструментов повышения конкурентоспособности помимо раскрытия потенциала туристских ресурсов, названы качество и доступность транспортной и обеспечивающей инфраструктуры, уровень обслуживания и стоимость сервиса (Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 г.). Очевидно, что использование данных инструментов будет невозможным без надлежащего кадрового обеспечения, что делает данную проблему ключевой и требует эффективных согласованных всеми субъектами медицинского туризма усилий.

### 4. Результаты

С позиций медицинской составляющей, люди выезжают на лечение в соседние страны по четырем основным мотивам (Рисунок 1).

С позиций санаторно-курортной составляющей речь идет о сочетании получения медицинских услуг преимущественно реабилитационного характера с интересным времяпровождением и знакомством с местными достопримечательностями.

Поэтому, в настоящее время крайне важно дать однозначную оценку роли и места медицинского туризма. Нам представляется, что дальнейшее его развитие в России сдерживается во многом из-за отсутствия единства в понимании данной проблемы. С позиций определения, содержащегося в Федеральном Законе от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации»<sup>5</sup>, медицинский туризм, несомненно, является сегментом туристской сферы. Однако сегментом специфическим, мультифакторным. Поэтому его дальнейшее развитие должно носить комплексный характер и базироваться на объединении двух систем направленных на обеспечение здоровьесбережения – социальной медицины и социокультурного туризма.

<sup>5</sup> «Туризм – временные выезды (путешествия) граждан Российской Федерации, иностранных граждан и лиц без гражданства с постоянного места жительства в лечебно-оздоровительных, рекреационных, познавательных, физкультурно-спортивных, профессионально-деловых и иных целях без занятия деятельностью, связанной с получением дохода от источников в стране (месте) временного пребывания» (ФЗ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ).



**Рис. 1.** Основные мотивы медицинского туризма (Ветитенев, 2012)

При этом государство должно не только устанавливать целевые показатели и определять основные направления развития медицинского туризма, но и вступать в более широкую кооперацию со всеми его субъектами. Однако на дальнейшее развитие медицинского туризма в России оказывают негативное влияние целый ряд факторов системного характера, и прежде всего – отсутствие единства в понимании его роли и места в современном социуме. На данном этапе главное внимание государства должно быть уделено профильной подготовке специалистов в области медицинского туризма, которых сегодня на рынке труда практически нет (Тимошенко, 2020). Над комплексом этих проблем еще только предстоит работа.

Федеральные государственные образовательные стандарты высшего образования предусматривают возможность освоения факультативных дисциплин (модулей), которые не включаются в объем учебных программ. В данной связи представляется целесообразной разработка и включение в магистерские программы, реализуемые в туристских ВУЗах, факультативов формирующих развитие у обучающихся компетенций как в сфере предоставления и оказания качественных туристских услуг в рамках пакетного продукта по индивидуальному заказу туриста, так и в общих вопросах клинической медицины и организации здравоохранения.

## 5. Заключение

В настоящее время существует настоятельная необходимость трансформации двух направленных на обеспечение здоровьесбережения систем – медицины и социокультурного туризма – в единый сегмент медицинского туризма с реализацией грамотной кадровой политики. Без решения данной задачи будет невозможно обеспечить достижение целевых показателей, предусмотренных Национальным проектом «Здравоохранение».

## Литература

ФЗ от 24.11.1996 г. № 132-ФЗ – Федеральный закон от 24 ноября 1996 г. № 132-ФЗ «Об основах туристской деятельности в Российской Федерации» (последняя редакция). [Электронный ресурс]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/) (дата обращения: 04.12.2020).

**Федеральный проект, 2018** – Федеральный проект «Развитие экспорта медицинских услуг». [Электронный ресурс]. URL: [https://www.rosminzdrav.ru/poleznye-resursy/natsproekt\\_zdravoohranenie/medturizm/](https://www.rosminzdrav.ru/poleznye-resursy/natsproekt_zdravoohranenie/medturizm/) (дата обращения: 04.11.2020).

**Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 г. № 2129-р** – Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 г. № 2129-р «О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г.» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648> (дата обращения: 04.12.2020).

**Ветитнев, 2012** – Ветитнев А.М., Дзюбина А.В., Торгашева А.А. Лечебный туризм: вопросы терминологии и типологии // *Вестник СГУТюКД*. 2012. № 2 (20). С. 50-56.

**Ермаков, Каташина, 2020** – Ермаков Б.А., Каташина Т.Б. Медицинский туризм: компонент системы здравоохранения или сегмент туристской сферы? // *Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм*. 2020. №1 (5). С. 4-12.

**Тимошенко, 2020** – Тимошенко Д.С. Перспективы развития медицинского туризма в Воронежской области // *Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм*. 2020. №1 (5). С. 18-33.

**Госпрограмма..., 2019** – Госпрограмма по развитию въездного медицинского туризма создаст потребность в квалифицированных управленцах. [Электронный ресурс]. URL: <https://mirbis.ru/news/gosprogramma-po-razvitiyu-vezdnogo-meditsinskogo-turizma-sozdast-potrebnost-v-kvalifitsirovannykh-up/>(04.12.2020).

**Что такое медицинский туризм** – Что такое медицинский туризм его направления, услуги и расходы. [Электронный ресурс] URL: <http://triphints.ru/article/chto-takoe-meditsinskiy-turizm-ego-napravleniya-uslugi-i-rashodi> (дата обращения: 04.12.2020).

**Ростуризм, 2020** – Ростуризм: спрос на медицинский туризм вырос в РФ после пандемии. [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/72695/.htm> (04.12.2020).

**Какие инструменты нужны...** – Какие инструменты нужны, чтобы создать бренд российской медицины за рубежом. [Электронный ресурс]. URL: <https://futureussia.gov.ru/nacionalnye-proekty/medicinskij-turizm-v-rossii-ot-mifa-k-realnosti> (дата обращения: 04.12.2020).

## References

**Что takoe meditsinskii turizm** – Chto takoe meditsinskii turizm ego napravleniya, uslugi i raskhody [What is medical tourism, its directions, services and costs]. [Electronic resource]. URL: <http://triphints.ru/article/chto-takoe-meditsinskiy-turizm-ego-napravleniya-uslugi-i-rashodi> (date of access: 04.12.2020). [in Russian]

**Ermakov, Katashina, 2020** – Ermakov, B.A., Katashina, T.B. (2020). Meditsinskii turizm: komponent sistemy zdavookhraneniya ili segment turistskoi sfery? [Medical tourism: a component of the healthcare system or a segment of the tourism sector?]. *Professorskii zhurnal. Seriya: rekreatsiya i turizm*. 1(5): 4-12. [in Russian]

**Federal'nyi proekt, 2018** – Federal'nyi proekt «Razvitie eksporta meditsinskikh uslug» [Federal project "Development of the export of medical services."]. [Electronic resource]. URL: [https://www.rosminzdrav.ru/poleznye-resursy/natsproekt\\_zdravoohranenie/medturizm/](https://www.rosminzdrav.ru/poleznye-resursy/natsproekt_zdravoohranenie/medturizm/) (date of access: 04.11.2020). [in Russian]

**FZ ot 24.11.1996 g. № 132-FZ** – Federal'nyi zakon ot 24 noyabrya 1996 g. № 132-FZ «Ob osnovakh turistkoi deyatelnosti v Rossiiskoi Federatsii» (poslednyaya redaktsiya) [Federal Law of February 5, 2018 N 16-FZ "On Amendments to the Federal Law" On the Basics of Tourism in the Russian Federation "and the Code of Administrative Offenses in order to improve legal regulation of the provision of hotel services and the classification of tourism industry facilities]. [Electronic resource]. URL: [http://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_12462/](http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/) (date of access: 04.12.2020). [in Russian]

**Gosprogramma..., 2019** – Gosprogramma po razvitiyu v"ezdnoy meditsinskogo turizma sozdast potrebnost' v kvalifitsirovannykh upravlyentsakh [The state program for the development of inbound medical tourism will create a need for qualified managers]. [Electronic resource]. URL: <https://mirbis.ru/news/gosprogramma-po-razvitiyu-vezdnogo-meditsinskogo-turizma-sozdast-potrebnost-v-kvalifitsirovannykh-up/> (date of access: 04.12.2020). [in Russian]

**Kakie instrumenty nuzhny...** – Kakie instrumenty nuzhny, chtoby sozdat' brend rossiiskoi meditsiny za rubezhom [What tools are needed to create a brand of Russian medicine abroad]. [Elektronnyi resurs]. URL: <https://futureussia.gov.ru/nacionalnye-proekty/medicinskij-turizm-v-rossii-ot-mifa-k-realnosti> (data obrashcheniya: 04.12.2020). [in Russian]

[Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 20.09.2019 g. № 2129-r](#) – Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 20.09. 2019 g. № 2129-r «O Strategii razvitiya turizma v RF na period do 2035 g.» [Order of the Government of the Russian Federation of 20.09. 2019 No. 2129-r "On the Strategy for the Development of Tourism in the Russian Federation for the Period up to 2035"]. [Electronic resource]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648> (date of access: 04.12.2020). [in Russian]

[Rosturizm, 2020](#) – Rosturizm: spros na meditsinskii turizm vyros v RF posle pandemii [Rosturizm: the demand for medical tourism has grown in the Russian Federation after the pandemic]. [Electronic resource]. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/72695/.htm> (date of access: 04.12.2020). [in Russian]

[Timoshenko, 2020](#) – *Timoshenko, D.S.* (2020). Perspektivy razvitiya meditsinskogo turizma v Voronezhskoi oblasti [Prospects for the development of medical tourism in the Voronezh region]. *Professorskii zhurnal. Seriya: rekreatsiya i turizm*. 1(5): 18-33. [in Russian]

[Vetitnev, 2012](#) – *Vetitnev, A.M., Dzyubina, A.V., Torgasheva, A.A.* (2012). Lechebnyi turizm: voprosy terminologii i tipologii [Medical tourism: issues of terminology and typology]. *Vestnik SGUTiKD*. 2(20): 50-56. [in Russian]

УДК 378.1

## Медицинский туризм как компонент национального проекта «Здравоохранение»

Борис Анатольевич Ермаков <sup>a, \*</sup>

<sup>a</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** В экспертных кругах России к настоящему моменту сформировалось два альтернативных взгляда на медицинский туризм: с одной стороны, признание его компонентом системы общественного здравоохранения, с другой – сегментом туристской сферы. Подобный дуализм влечет за собой существование различных трактовок, как самого понятия, так и структуры и функциональных характеристик медицинского туризма, что самым не лучшим образом влияет на его развитие в нашей стране. По мнению автора, существует настоятельная необходимость трансформации двух направленных на обеспечение здоровьесбережения систем – медицины и социокультурного туризма – в единый сегмент медицинского туризма с реализацией грамотной кадровой политики. Без решения данной задачи будет невозможно обеспечить успешную реализацию Федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» входящего в структуру Национального проекта «Здравоохранение».

**Ключевые слова:** здоровьесбережение, медицинский туризм, национальный проект «Здравоохранение».

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [borisermakovsochi@gmail.com](mailto:borisermakovsochi@gmail.com) (Б.А. Ермаков)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 360-367

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 658

## Lean Manufacturing as a Modern Management Concept: Principles and Tools

Evgenia V. Gordeeva <sup>a,\*</sup>, Daria V. Kuksa <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Sochi State University, Russian Federation

### Abstract

The organization of lean production can contribute to achieving surprisingly high results, the experience of the famous Toyota company is an example of this. The technologies and techniques involved in this concept are not particularly difficult to understand, just get familiar with specific terms such as "friction", "value" and others. Nevertheless, it is the introduction of lean production at the enterprise that is a particular problem in both Western countries and the Russian Federation. The difficulty lies in the fact that it is impossible to apply one or two tools included in lean production and get the maximum possible return.

The use of the 5S system allows you to eliminate the loss of time (muda) for workers to find the right tools, which are always in the designated places. Well-established preventive maintenance simplifies their use and plays a major role in reducing the time of equipment setup, providing the possibility of using SMED rapid changeover systems.

**Keywords:** lean manufacturing, external environment of the enterprise, cost reduction, cost of production, concept.

### 1. Введение

Избавление от ненужных затрат, не создающих ценности, всегда будет выгодно для всех компаний, так как это ведет к снижению себестоимости, а это, в свою очередь, снижает производственные затраты.

Бережливое производство – это, прежде всего сложная система, поэтому ее следует внедрять комплексно, используя все методы.

В основе всех технологий lean production лежит фундаментальный принцип устранения всех отходов, действий и операций на вашем предприятии, которые не создают ценности. Следовательно, непосредственное внешнее окружение компании, такое как поставщики материалов и сырья, также играет особую роль в эффективности этой концепции. Даже самое маленькое предприятие не может полностью раскрыть свой потенциал, если оно постоянно работает с поставщиками, не придерживающимися принципов бережливого производства.

В статье представлен обзор технологий бережливого производства как современная концепция управления, отражены принципы и инструменты внедрения.

### 2. Материалы и методы

Основными источниками для написания статьи являются новейшие работы российских и зарубежных ученых в области бережливого производства. Статья основана на научных трудах А. Гаджинского, Б. Аникина, О. Виханского, Н. Моисеевой, Н. Качалиной,

\* Corresponding author

E-mail addresses: [jsochi2017@mail.ru](mailto:jsochi2017@mail.ru) (E.V. Gordeeva), [kuksihi@gmail.com](mailto:kuksihi@gmail.com) (D.V. Kuksa)

Р. Фатхутдинова, Л. Еремеева, А. Петров. Необходимая аргументация теоретических выводов достигается за счет использования общенаучных методов анализа и синтеза, вывода и индукции, научного абстрагирования и конкретизации.

Практическое значение заключается в том, что некоторые его положения могут быть использованы специалистами коммерческих организаций.

### 3. Обсуждение

Бизнес – это больше, чем просто цифры в колонке ежеквартальных отчетов. У самых успешных компаний есть своя философия. Это стратегия бережливого производства.

Концепция Lean production была создана японским инженером Тайити Оно, который отвечает за улучшение производственного процесса в Toyota. Одной из главных проблем завода в послевоенной Японии была нехватка ресурсов, как материалов, так и рабочей силы. Проанализировав текущую ситуацию, Тайити Оно сформулировал принципы, которые легли в основу производственной модели Toyota и, таким образом, всей концепции бережливого производства, выявленные особенности были названы системой 5S-CANDO.

Своеобразная японская традиция позволила создать почти безупречную производственную дисциплину. Западные компании с энтузиазмом восприняли еще одну возможность повысить конкурентоспособность за счет снижения издержек всеми мыслимыми способами. А приверженцы "бережливости" росли как грибы после дождя, устанавливая новые стандарты для обрабатывающей промышленности.

Чуть позже выяснилось, что термин «производство» довольно условен, поскольку принципы бережливого производства легко адаптируются практически к любой отрасли: бытовым услугам, информационным технологиям, медицине, финансам, транспорту и туризму. Эффективно ориентированная, простая в реализации, логичная, неотрицательная и легко адаптируемая к национальным особенностям, концепция стала особенно актуальной для стран, у жителей которых есть проблемы с дисциплиной, управлением и организацией. Американские производители внедрили принцип наведения и поддержания порядка на рабочих местах задолго до того, как стало известно о системе 5S.

Чтобы разобраться в принципах бережливого производства стоит внести ясность, что же такое трение – часто используемый термин в теории lean production. Для обозначения понятия «трение» японцы помимо слова «муда» (waste), применяют также термин «мури» (strain – перегрузки). Эти японские слова сейчас проникли во многие языки и применяются в самых разнообразных контекстах.

Бережливое производство – это выявление и устранение трения, причем первая часть этой задачи – выявление трения – зачастую оказывается не менее сложной, чем вторая – его устранение (Ахметова, 2019: 58).

Проанализируем систему 5S, выявив основные принципы бережливого производства:

1. Стоимость любого товара или услуги определяется потребителем. Поэтому задача бизнеса – выяснить, сколько покупатель готов заплатить за товар и на каких условиях. В результате все бизнес-процессы рассчитываются таким образом, чтобы достичь оптимальной цены при максимальной прибыли для компании. При кажущейся банальности идей в суе деловой жизни об этом часто забывают. Но это основа.

2. Добочная стоимость в любой сфере получается в результате выполнения сложной цепочки некоторых внутренних действий компании. Фабрика, парикмахерская, автосервис или розничная торговля – принципиальной разницы между ними нет. Существуют затраты, производство, управление, затраты, риски, продажи, эксплуатация, обслуживание и так далее, вплоть до выбытия.

Задача Lean-помочь со сбором и анализом информации о каждом этапе индивидуально и коллективно, чтобы найти варианты оптимизации этой цепочки в любом виде бизнеса.

3. Рабочий процесс компании должен выглядеть как непрерывный и естественный поток. Поэтому нужно тщательно искать области, которые замедляют любые бизнес-процессы, приводя к потере времени, ненужным затратам, повышенным рискам и т. д. Более того, этот поиск вообще нельзя останавливать: важно всегда следить за происходящим и искать новые варианты оптимизации.

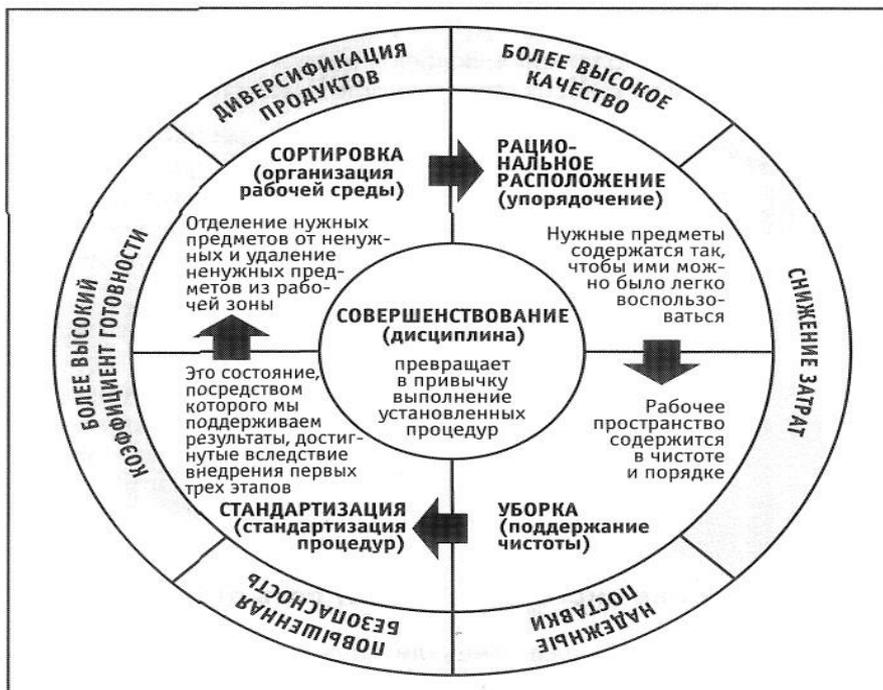
4. Предложение от бизнеса должно появиться тогда, когда рыночный спрос со стороны аудитории подтвердится. Бережливое производство антагонистично системе планирования ресурсов (MRP). В последнем случае потребности в продукции определяются на основе

прогнозов и допущений, а они могут быть неточными, и поэтому возникают ненужные риски и высокие затраты.

В бережливом производстве ничего не делается до появления и подтверждения устойчивого спроса, поэтому большое внимание уделяется построению гибких систем, способных мгновенно генерировать новые проекты.

5. Бережливое производство основано на концепции постоянного стремления к совершенству. То есть после тщательного анализа устранения ключевых проблем, повышения эффективности и прибыльности мы не можем остановиться. Цикл оптимизации начинается заново: каждый бизнес-цикл, каждая цепочка бизнес-процессов проверяется, чтобы найти новые решения для повышения эффективности, снижения затрат и минимизации рисков.

Предыдущие пять пунктов относятся к философии бережливого производства, то есть к теории. И за ними следуют практики, которые дают рекомендации для реального повышения эффективности. Например, есть восемь областей, в которых вы можете искать способы избавиться от затрат и новых возможностей: логистика, запасы, оптимизация персонала, организационные проблемы, технические операции, перепроизводство, временные затраты, избыточные функции, ненужные риски и, наконец, использование изобретательского потенциала. Даже без философии бережливого производства можно извлечь множество абсолютно важных советов с ее практической стороны. Элементы системы 5S. Все шаги изображены на [Рисунке 1](#).



**Рис. 1.** 5 этапов системы 5S

Контрольный лист является важной составляющей в системе 5S, у него есть определенные задачи. Главное предназначение контрольного листа состоит в том, что с его помощью можно посмотреть на целевую зону конкретно с точки зрения 5S. Этот инструмент привлекателен тем, что он отражает динамику преобразования рабочего места, заостряет внимание на тех аспектах, тех элементах 5S, в которых положительных изменений нет ([Семенев, 2019: 201](#)). Существует также большое разнообразие визуальных средств контроля, поддерживающих систему 5S-CANDO (в части правильной организации рабочих мест) и обеспечивающих защиту от оплошностей работников (пока-еке), внедрение принципов «точно вовремя» (карточек канбан) и автономизации (сигнальных лампочек).

Конечно, концепция, разработанная японскими производителями в 1980-е годы, не могла оставаться неизменной до XXI века. Поэтому появились продвинутые гибриды: SMED, ZQC, TPM, Kanban, Lean Six Sigma (Шесть сигм). Они сочетают в себе идеи бережливого производства, ориентированного на устранение отходов и непроизводительных затрат, и концепции, направленные на снижение изменчивости процессов и стабилизацию характеристик продукции.

По данным исследования около 70 % российских компаний использующих японский опыт организации производства применяют также и визуализацию ([Организация рабочего места](#)). В Японии контролеры стремятся иметь, ясные, визуальные индикаторы качества всех процессов, которые были бы понятны каждому работнику в цехе и не требовали интерпретаций со стороны инженерно-технического персонала.

В работе Форда описан электрический тестер для проверки взаимного положения кулачков на кулачковых валах, в которых реализован подобный принцип. При обнаружении дефекта начинают мигать сигнальные лампочки тестера, после чего оператор проверяет показания индикатора на маховике, чтобы обнаружить дефект.

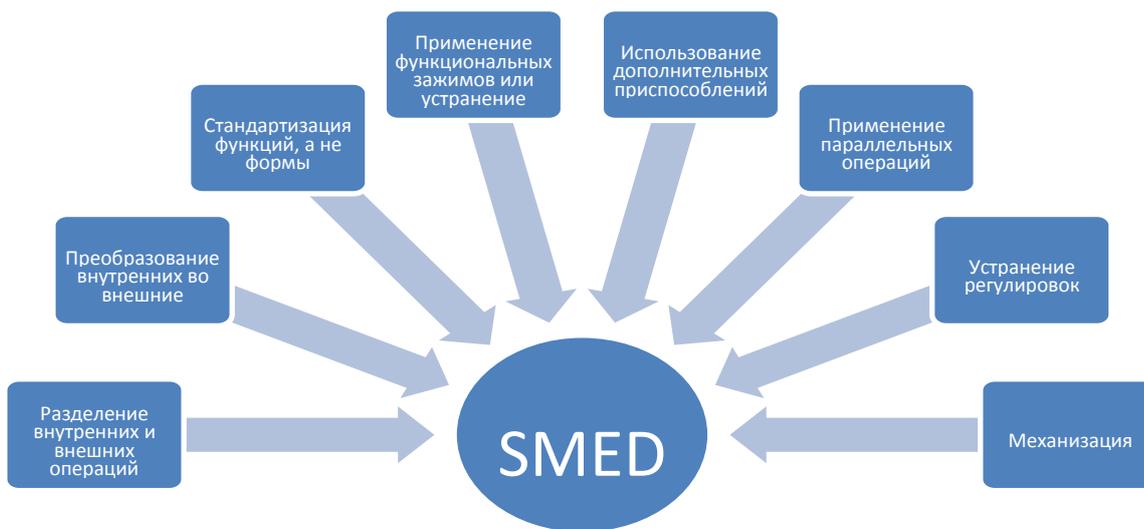
Таким образом, средства визуального контроля позволяют всем работникам предприятия быть в курсе состояния производства и проблем качества. Применение разноцветных бирок и наклеек повышает безопасность на рабочих местах. Кодирование цветом или формой решает задачи предупреждения ошибок.

На сегодняшний день большинство организаций используют комплексные системы управления качеством, включающие в себя элементы разнообразных методов. Но любая из этих систем ставит перед собой одну и ту же цель – повышения уровня качества и избавление от потерь.

Существует огромное количество инструментов управления качеством. Самыми эффективными и самыми простыми в применении были признаны семь базовых инструментов, предназначенные для решения проблем с качеством ([Ахметова, 2019: 61](#)).

Непрерывное совершенствование – ключевой элемент современной отрасли, и существует множество инструментов и методов для постоянного улучшения. В некоторых ситуациях, например, при снижении производственных затрат на 10 %, может потребоваться методология шести сигм. Для других ситуаций, таких как анализ причин, может быть достаточно цикла «планирование-выполнение-проверка-действие» (PDCA) и набора основных инструментов обеспечения качества.

Выявление и устранение всех непродуктивных пусконаладочных работ легло в основу широко известной ныне системы быстрой замены оборудования SMED, основателем которой считается С. Шинго. Основная идея системы SMED заключается в том, что как можно больше работы по настройке и настройке оборудования для определенных вариаций выполняется на ходу, в то время как машина занята другой работой. Такую регулировку принято называть внешней, при которой большинство операций выполняется вне самой машины без ее остановки. Если нужно остановить станок для регулировки, то это называется внутренним. Внешняя настройка, в отличие от внутренней, не увеличивает продолжительность основных операций. Сигэо Синго выделил 8 основных методов работы системы SMED, они показаны на [Рисунке 2](#) ([Практика внедрения бережливого производства](#)).



**Рис. 2.** Методы системы SMED

Управление качеством, ориентированное на достижение нуля дефектов (ZQC), – это система бездефектного изготовления продукции. Иными словами, это подход полностью

ориентированный на выпуск продукции без брака в принципе. Суть системы ZQC заключается в изготовлении бездефектной продукции за счет соблюдения оптимальных условий производства и выполнения операций. При применении данной системы ошибки, вследствие которых появляется брак, в принципе невозможны. В систему ZQC входит защита от оплошностей рока-юке (Семенычев, 2019: 183).

Применение различных способов предупреждения человеческих ошибок представляет еще одну составляющую методологии создания бережливого производства, тесным образом связанную с выполнением требований стандартов ИСО 9000. В основе всей идеологии предупреждения человеческих ошибок лежит предположение о том, что можно ожидать появление таких ошибок всюду, где требуется участие человека и привлечение его субъективных представлений (Луйстер, Тешпинг, 2018: 125). Приемом предупреждения ошибок может служить использование конструктивных элементов, делающих невозможным неправильную сборку деталей. Характерным примером такого приема являются поляризованные вилки со штырьками разного размера или со смещенными штырьками, которые можно вставить в электрическую розетку только в одном положении.

Хотя принятая в компании Ford Motor Company методология коллективного решения проблем TOPS-8D не имеет прямого отношения к созданию бережливого производства, она, будучи непосредственно связанной с реализацией требований ИСО 9000 в отношении проведения корректирующих действий по устранению причин дефектов, тем не менее, заслуживает упоминания. Восемь правил, составляющих основу данной методологии представляются весьма гибкими, поскольку они подходят с небольшими доработками или вообще без них к решению широкого круга задач совершенствования работы предприятия, они представлены в Таблице 1.

**Таблица 1.** Методология TOPS-8D

1	Применение командного подхода к решению проблем. В идеале в команду, сформированную для решения проблемы, должны входить люди, непосредственно связанные с работой, в которой она возникла, и с которыми они более знакомы.
2	Формулирование рабочей постановки проблемы. Постановка должна быть четкой и недвусмысленной.
3	Сдерживание дальнейшего развития проблемы и ее последствий. Это может означать недопущение попадания дефектной продукции потребителям, отключение неисправного оборудования.
4	Установление первопричин возникшей проблемы. К числу средств установления причин возникшей проблемы относятся такие традиционные методы повышения качества, как контрольные листки (check-list), диаграммы.
5	Выбор корректирующих мер, обеспечивающих долговременное устранение выявленных причин проблемы.
6	Реализация выбранных корректирующих мер и проверка их эффективности.
7	Предотвращение повторного возникновения проблемы посредством придания предлагаемым изменениям обязательного характера. Для этого необходимо пересмотреть рабочие инструкции или инструкции по эксплуатации оборудования и другие действующие нормы и правила.
8	Признание достижений команды. Общественное признание достижений демонстрирует всей организации эффективность этой методологии улучшения и поощряет ее более широкое применение, что является важным компонентом управления изменениями.

Ускоренное непрерывное совершенствование или kaizen blitz (кайдзен блиц). Кайдзен блиц можно определить как быстрое локальное усовершенствование ограниченного масштаба, например, отдельно взятого производственного участка или рабочего места, выполняемое командой, в составе которой обязательно представлены работники этого участка (Кононова, 2016: 148). Целью такого усовершенствования является применение инноваций, способных устранить лишние, не создающие добавленной стоимости операции с

немедленным внедрением выработанных предложений в сроки, не превышающие одной недели. Преимуществами такого подхода являются заинтересованное участие в проведении усовершенствований работников, непосредственно занятых на данном производственном участке, и развитие у них навыков коллективного решения проблем.

Кайдзен блиц дополняет тейлоровскую теорию научной организации труда повышенным вниманием, уделяемым вопросам участия самих работников в этом процессе. Если рабочие занимаются повышением производительности своего труда, то культурные изменения в компании происходят намного быстрее. Но обе эти системы объединяет признание роли видимых результатов предпринимаемых усилий в ускорении культурных трансформаций предприятий.

Основные особенности кайдзен блиц:

Подход не нов, он основан на использовании таких известных методов и приемов повышения производительности труда, как командная работа, система 5S, система SMED для быстрой замены оборудования, методы перепланировки предприятий и производственных площадок и т.д.

Повышенное внимание к достижению быстрых, получаемых в течение одной недели или менее, и заметных результатов. Совершенствовать нужно цеха, и не злоупотреблять обсуждениями в конференц-залах (Клочков, 2012: 268).

Первый проект, реализуемый с использованием кайдзен блиц, должен служить эталоном для всех работников предприятия. У него должны быть определенные цели и ясно видимые результаты, отвечающие насущным потребностям предприятия. При выполнении проекта должны подтвердить свое значение такие методы совершенствования работы предприятия как система 5S-CANDO, перепланировка и другие.

Подход кайдзен блиц требует понимания концепции трения, причем работники, занятые на производстве, способны скорее выявлять факторы, мешающие им трудиться более эффективно. Кайдзен блиц, применение которого позволяет быстро получить ощутимые результаты, представляет собой один из мощных инструментов управления изменениями в организации.

Выявление и распространение передового опыта представляют собой ключевые элементы методологии «Шесть сигм». Если то или иное усовершенствование может быть применено при выполнении нескольких операций или разными работниками, то его следует рассматривать как образец передового опыта, подлежащий распространению и внедрению в масштабах всего предприятия. В целом стандартизация и распространение передового опыта предотвращают распространенное явление, наблюдаемое во многих компаниях при внедрении более совершенных приемов и методов работы, сущность которого можно сформулировать как «два шага вперед, шаг назад» (Хоббс, 2017: 179).

Создание бережливого производства начинается еще на стадии разработки продукции. При этом ключевыми моментами следует считать конструктивное обеспечение технологичности изделий, т.е. их приспособленности к изготовлению (GFM) и к сборке (DFA), которое неразрывно связано с конструктивным обеспечением качества продукции в соответствии с требованиями ИСО 9000. Следовательно, концепции организации бережливого производства и менеджмента качества взаимосвязаны и поддерживают друг друга. Поэтому перед организацией стоит глобальная задача: совершенствоваться каждый день, день за днем прогрессировать. Движение вперед зависит от самих менеджеров, потому что недостаточно внедрить инструменты, необходимо изменить культуру управления, поведение менеджеров.

Все вышеперечисленные статистические инструменты являются основой для проведения технического контроля. Использование того или иного инструмента обуславливается целью работы системы управления качеством и возможностями самого предприятия. Инструменты могут использоваться обособленно или в более сложной форме как комплексная система, состоящая уже из нескольких инструментов.

#### 4. Заключение

В данной статье была рассмотрена история lean production, основные ее элементы и преимущества, подробно изучена система 5S, методы и планируемые результаты. Рассмотрен опыт зарубежных компаний в применении бережливого производства.

Бережливое производство – это уникальная, простая для понимания концепция, которая дает потрясающие результаты. Основными инструментами бережливого

производства являются: стандартизация, система SMED, система ZQC (защита от ошибок while-еке), TOPS-8D, Kaizen blitz, kanban, 5S, инструменты визуальной обратной связи (adon), JIT. Система 5S используется для организации и поддержания эффективной, комфортной и продуктивной рабочей среды. Это первый шаг к созданию бережливой компании и внедрению других инструментов бережливого производства.

Результатом проделанной работы можно назвать выявление важнейшего фактора, мешающего предприятиям успешно внедрять бережливое производство – это производственный персонал.

Перечислены основные преимущества системы организации рабочего места и приведен следующий список ожидаемых результатов: улучшение качества продукции, обеспечение большей безопасности труда, значительное сокращение времени всего цикла, повышение эффективности работы и т.д.

### Литература

[Ахметова, 2019](#) – Ахметова Р.А. Успехи предприятия. 2019. №14. С. 58-63.

[Хоббс, 2017](#) – Хоббс Деннис П. Внедрение бережливого производства. Практическое руководство по оптимизации бизнеса / Пер. с англ. П.В. Гомолко (гл. 1-3), А.Г. Петкевич; науч.ред. Д.В. Середа. Минск: Гревцов Паблшер, 2017. С. 352.

[Клочков, 2012](#) – Клочков Ю.П. «Бережливое производство»: понятия, принципы, механизмы // *Инженерный вестник Дона*. 2012. № 2. С. 437.

[Кононова, 2016](#) – Кононова В.Ю. Модернизация производственных систем на российских промышленных предприятиях: современное состояние и перспективы // *Российский журнал менеджмента*. 2016. С. 132.

[Лайкер, 2019](#) – Лайкер Дж.К. ДАО Toyota. 14 принципов менеджмента ведущей компании мира: Пер. с англ. М.: Альпина Бизнес Букс, 2019. С. 402.

[Луистер, Теппинг, 2018](#) – Луистер Т., Теппинг Д. Бережливое производство: от слов к делу / Пер. с англ. А.Л. Раскина; Под науч. Ред. В.В. Брагина. М.: РИА «Стандарты и качество». 2018. 132 с.

[Организация рабочего места](#) – Организация рабочего места. [Электронный ресурс]. URL: [http://www.leanzone.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=390:organizatsiya-rabochego-mesta&catid=38&Itemid=90](http://www.leanzone.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=390:organizatsiya-rabochego-mesta&catid=38&Itemid=90)

[Практика внедрения бережливого производства](#) – Практика внедрения бережливого производства. 5S. [Электронный ресурс]. URL: <http://leanbase.ru/public/5S.html>. URL: <http://leanbase.ru/public/5sgoals.html>

[Семеньчев, 2019](#) – Семеньчев Ф.А. 5S, организация рабочего места. М.: Альпина Паблшеря, 2019. 293 с.

### References

[Akhmetova, 2019](#) – Akhmetova, R.A. (2019). Uspekhi predpriyatiya [Successes of the enterprise]. 14: 58-63. [in Russian]

[Khobbs, 2017](#) – Khobbs Dennis, P. (2017). Vnedrenie berezhlivogo proizvodstva. Prakticheskoe rukovodstvo po optimizatsii biznesa [Introduction of lean manufacturing. Practical guide to business optimization]. Per. s angl. P.V. Gomolko (gl. 1-3), A.G. Petkevich; nauch.red. D.V. Sereda. Minsk: Grevtsov Pabliher. P. 352. [in Russian]

[Klochkov, 2012](#) – Klochkov, Yu.P. (2012). «Berezhlivoe proizvodstvo»: ponyatiya, printsipy, mekhanizmy ["Lean production": concepts, principles, mechanisms]. *Inzhenernyi vestnik Dona*. 2: 437. [in Russian]

[Kononova, 2016](#) – Kononova, V.Yu. (2016). Modernizatsiya proizvodstvennykh sistem na rossiiskikh promyshlennykh predpriyatiyakh: sovremennoe sostoyanie i perspektivy [Modernization of production systems at Russian industrial enterprises: current state and prospects]. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta*. P. 132. [in Russian]

[Laiker, 2019](#) – Laiker, Dzh.K. (2019). DAO Toyota. 14 printsipov menedzhmenta vedushchei kompanii mira [The Toyota DAO. 14 principles of management of the world's leading company]: Per. s angl. M.: Al'pina Biznes Buks. P. 402. [in Russian]

[Luister, Tepping, 2018](#) – Luister, T., Tepping, D. (2018). Berezhlivoe proizvodstvo: ot slov k delu [Lean production: from words to business]. Per. s angl. A.L. Raskina; Pod nauch. Red. V.V. Bragina. M.: RIA «Standarty i kachestvo». 132 p. [in Russian]

[Organizatsiya rabochego mesta](http://www.leanzone.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=390:or_ganizatsiya-rabochego-mesta&catid=38&Itemid=90) – Organizatsiya rabochego mesta [Organization of the workplace]. [Electronic resource]. URL: [http://www.leanzone.ru/index.php?option=com\\_content&view=article&id=390:or\\_ganizatsiya-rabochego-mesta&catid=38&Itemid=90](http://www.leanzone.ru/index.php?option=com_content&view=article&id=390:or_ganizatsiya-rabochego-mesta&catid=38&Itemid=90) [in Russian]

[Praktika vnedreniya berezhlivogo proizvodstva](http://leanbase.ru/public/5S.html) – Praktika vnedreniya berezhlivogo proizvodstva. 5S [Practice of implementing lean manufacturing. 5S.]. [Electronic resource]. URL: <http://leanbase.ru/public/5S.html>. URL: <http://leanbase.ru/public/5sgoals.html> [in Russian]

[Semenychev, 2019](#) – *Semenychev, F.A.* (2019). 5S, organizatsiya rabochego mesta [5S, organization of the workplace]. M.: Al'pina Pabliheriya, 293 p. [in Russian]

УДК 658

## **Бережливое производство как современная концепция управления: принципы и инструменты**

Евгения Васильевна Гордеева <sup>a,\*</sup>, Дарья Владимировна Кукса <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** Организация бережливого производства может содействовать достижению удивительно высоких результатов, опыт знаменитой компании Toyota является этому примером. Технологии и методики, положенную в эту концепцию, не представляют особой сложности понимания, достаточно лишь ознакомиться со специфическими терминами, такими как «трение», «ценность» и другие. Тем не менее, именно внедрение бережливого производства на предприятие представляет особую проблему и в западных странах, и в Российской Федерации. Сложность состоит в том, что невозможно применить один или два инструмента, входящих в lean production, и получить максимально возможную отдачу.

Применение системы 5S позволяет устранить потери времени (муда) на поиск рабочими нужных инструментов, которые всегда находятся на отведенных местах. Хорошо отлаженное профилактическое обслуживание упрощает пользование ими и играет основную роль в сокращении времени наладки оборудования, обеспечивая возможность применения систем быстрой переналадки SMED.

**Ключевые слова:** бережливое производство, внешнее окружение предприятия, снижение себестоимости, стоимость продукции, концепция.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [jsochi2017@mail.ru](mailto:jsochi2017@mail.ru) (Е.В. Гордеева), [kuksihi@gmail.com](mailto:kuksihi@gmail.com) (Д.В. Кукса)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 368-375

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 33

## Research of Municipal Management in the Field of Architecture, Improvement, and Sanitary Maintenance of the District

Nadezhda A. Keschyanyan<sup>a</sup>, Anna O. Balabanova<sup>a,\*</sup>, Arutyun Z. Zeytunyan<sup>a</sup>

<sup>a</sup> Sochi State University, Russian Federation

### Abstract

The article deals with the study of the process of municipal management in the field of architecture, landscaping and sanitary maintenance of the territory of the city district. The research of publications in this area, studying the current problems of municipal management in the field of architecture, landscaping and sanitary maintenance of the territory is done. When conducting a sociological study there is analyzed the level of accomplishment of the territories, the list of issues in terms of sanitary maintenance of the territory of the district, the general problems of improvement of the territory, the indicators of improvement of the territory of the district are estimated, a study of the involvement of citizens of the territory in the improvement activities was conducted. The analysis showed that such activities are more significant for older people, the population aged from 18 to 45 years is less active. This is also confirmed by the percentage of those who participated in the survey. An analysis of the responses of residents of the inner-city district revealed the "bottlenecks" in this area: garbage; the external state of the housing stock; parking spaces for vehicles. The reasons for the rare appeal to the administration of the inner-city district with a message about the identified problems in the field of landscaping, the respondents indicated a low level of interaction with the authorities, as well as the lack of a channel and a feedback tool.

**Keywords:** improvement, municipal management, municipality, territory, urban area.

### 1. Введение

В современном мире активными темпами развиваются технологии, которые меняют привычную организацию жизни, быта и стоимости жизни. В результате все большее количество людей обеспечены основными жизненно важными потребностями и соответствующей инфраструктурой. Но темпы жизни, глобальная конкуренция, экологические угрозы и проблемы создают новые требования к благоустройству и содержанию территории городов. Все это делает актуальным и важным вопросы развития эффективности процессов муниципального управления в сфере архитектуры и благоустройства территории. Непосредственным исполнителем функций по формированию качественной и комфортной среды проживания на территории района является муниципальная администрация. Но сложность, относительность понятия качества жизни, принципы и основы местного самоуправления делают весьма важным участие в процессах управления и развития благоустройства территории самих жителей данной территории.

\* Corresponding author

E-mail addresses: [annabalabanovasochi@gmail.com](mailto:annabalabanovasochi@gmail.com) (A.O. Balabanova),  
[naaltk2014@gmail.com](mailto:naaltk2014@gmail.com) (N.A. Keschyanyan)

## 2. Материалы и методы

Для проведения исследования были использованы аналитические, статистические, сравнительные методы, метод группировки, было проведено анкетирование специалистов администрации сельского округа, а также беседа с сотрудниками. В качестве информационной базы были использованы результаты социальных исследований в сфере благоустройства, опроса граждан, статистические данные территориальной администрации города Сочи, Росстата, органов статистики Краснодарского края.

При проведении социологического исследования был проанализирован процесс муниципального управления в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания территории района. Целью исследования является определение проблем в сфере муниципального управления в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания территории района.

## 3. Обсуждение

Несмотря на давнее существование проблемы изучения управления развитием благоустройства территории данному направлению все еще уделяется большое внимание исследователей. Важное значение при исследовании вопросов благоустройства и его оценки имеет направления подхода. К процессу благоустройства необходимо подходить комплексно (Меняйлов, 2017: 47; Тараян, Будко, 2020: 131; Шеина, Юдина, 2017: 92).

Отдельным важным вопросом в сфере благоустройства авторы выделяют экологическую политику и ее реализацию через развитие эффективных контрактов (Балабанова и др., 2019: 08019). Кроме эффективных контрактов другим важным инструментом муниципального управления в сфере благоустройства, а также направлением повышения эффективности данной деятельности можно выделить осуществление контрольной деятельности в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд (Кещян, Балабанова, 2019: 131).

Все больше исследователей уделяют внимание развитию цифровых технологий и использования их в муниципальном управлении в сфере благоустройства (Бортникова, 2020: 67; Абрамова, 2020: 72; Алиаскарова, Бакирова, 2020: 25). Благодаря развитию цифровых технологий и высоких темпов их внедрения в процессы управления в последнее время все более актуальной становится тенденция развития концепции «умных городов» (Брежнев, 2020: 35; Соболева, 2020: 105; Цветков, 2020: 54). Очень важно учитывать юридические особенности использования цифровых технологий при создании специальных платформ для «умного города» (Алтухов, Кашкин, 2020: 77).

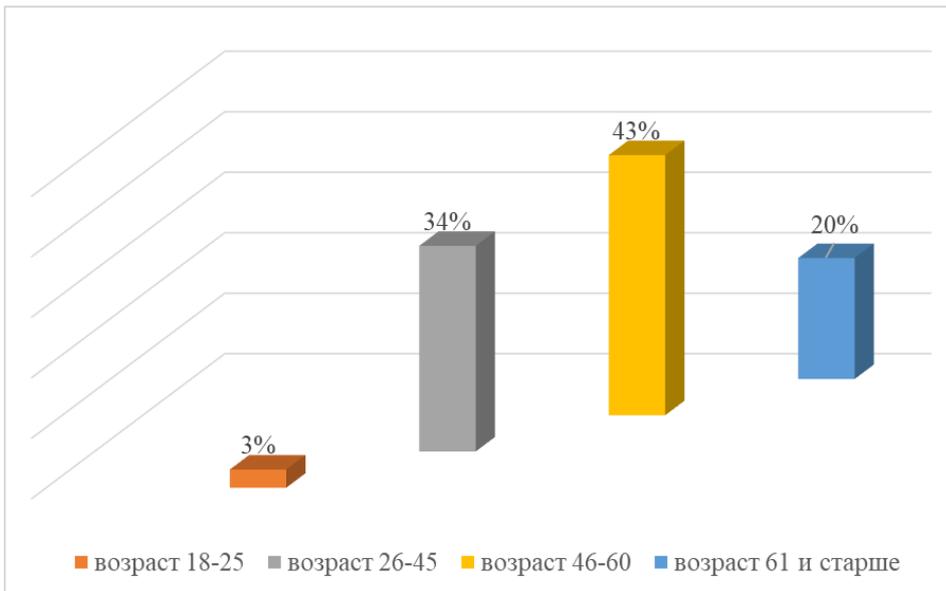
## 4. Результаты

Было проведено исследование с целью разработки предложений по совершенствованию деятельности внутригородской администрации в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания территории.

В ходе опроса жителям внутригородского района было предложено оценить деятельность администрации данной территории в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания.

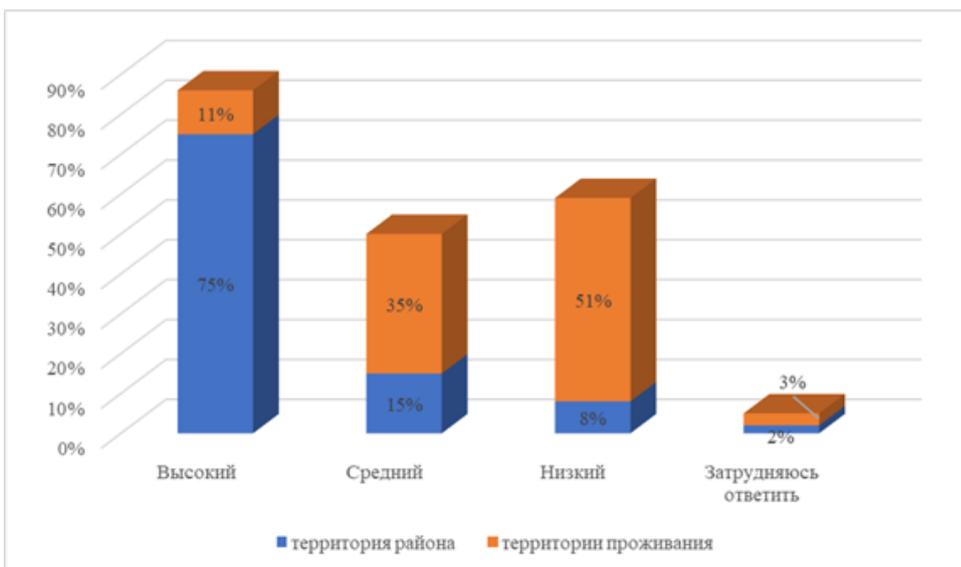
Проведенный анкетный опрос позволил получить первичную информацию в соответствии с целью исследования. Анкетирование прошло 100 человек, проживающих в различных поселениях Лазаревского внутригородского района. При этом из них 37 респондентов – это мужчины и 63 – женщины.

На [Рисунке 1](#) представлено распределение респондентов по возрасту.



**Рис. 1.** Распределение респондентов по социодемографическим характеристикам

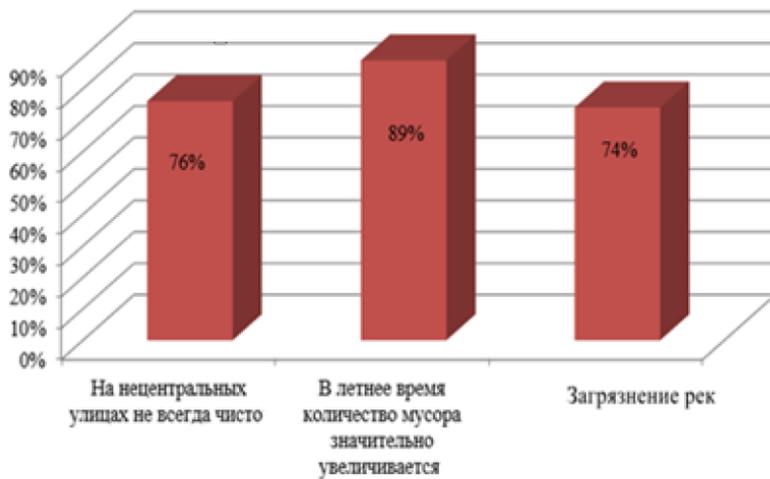
Респондентам было предложено оценить уровень благоустройства территории внутригородского района ([Рисунок 2](#)).



**Рис. 2.** Оценка респондентами уровня благоустройства территорий

По результатам ответов, представленных на [Рисунке 2](#), можно сделать вывод, что выше оценивается уровень благоустройства административного центра района (75 %), чем уровень благоустройства населенного пункта проживания («низкий» – 51 %).

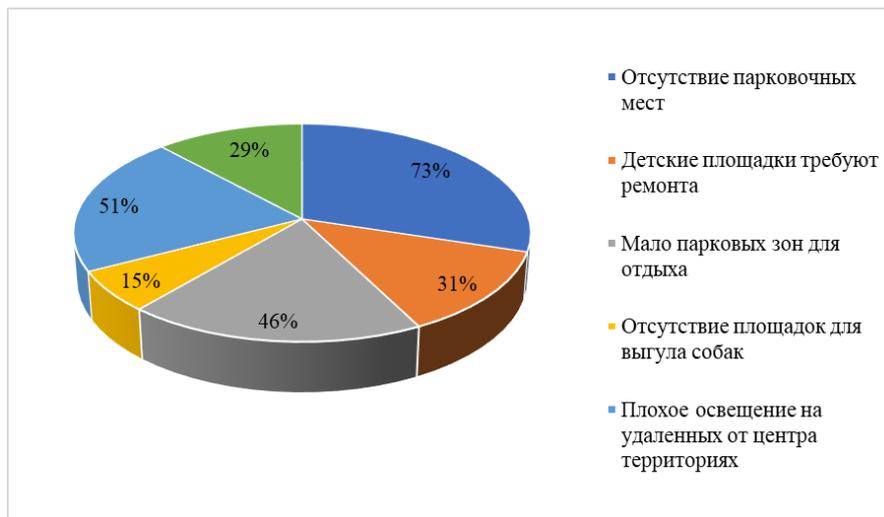
Основными проблемами в части санитарного содержания территории района респонденты назвали увеличение количества мусора во время летнего сезона, загрязнение рек ([Рисунок 3](#)):



**Рис. 3.** Перечень проблем в части санитарного содержания территории района

Основные проблемы в части содержания и эксплуатации дорог в Лазаревском внутригородском районе – аварийное состояние внутриворотовых территорий, тогда как центральные улицы ремонтируют регулярно.

На [Рисунке 4](#) перечислены основные проблемы в части элементов благоустройства на территории внутригородского района муниципального образования:



**Рис. 4.** Распределение мнения респондентов относительно проблем благоустройства территории

В [Таблице 1](#) представлена оценка респондентами общего территориального пространства района по шести критериям.

**Таблица 1.** Оценка респондентами общего территориального пространства Лазаревского внутригородского района

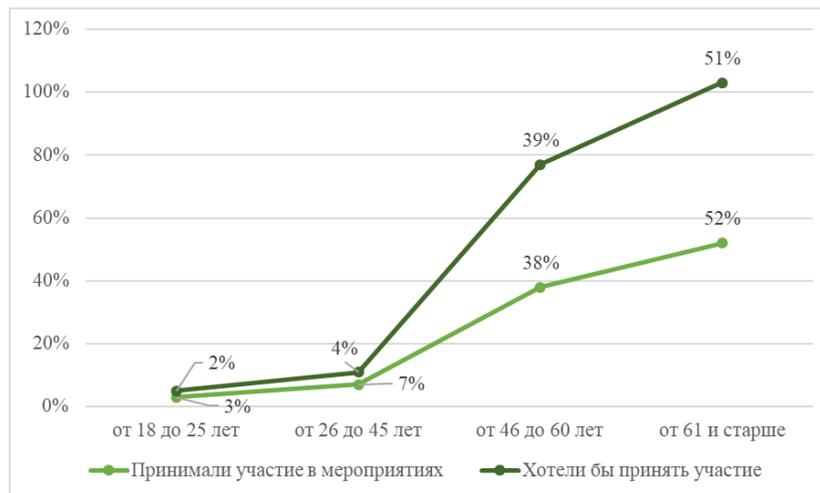
Наименование	Общее территориальное пространство района
Безопасность	1
Комфорт	1
Экологичность	2
Идентичность	2
Разнообразие	1
Современность среды	1

Показатели благоустройства территориального пространства по оценке респондентов по 5-ти балльной шкале – 3,89 баллов. Такая оценка является положительной, однако указывает на наличие проблем в сфере благоустройства и санитарного содержания территории (Таблица 2).

**Таблица 2.** Оценка респондентами показателей благоустройства территории района

№	Наименование	Средняя оценка
1)	Внешнее состояние жилищного фонда	3,2
2)	Парковочные места для автотранспорта	3,1
3)	Озеленение территории района	4,7
4)	Уход за зелеными насаждениями	3,9
5)	Освещение населенных пунктов муниципального образования	4,1
6)	Уборка территории	4,6
7)	Вывоз мусора	2,7
8)	Содержание и эксплуатация дорог	4,8

Проанализировав данные, представленные на Рисунке 5, можно сделать вывод, что процент тех, кто принимал участие, и тех, кто хотел бы принять участие увеличивается по достижении более старшего возраста (Рисунок 5).



**Рис. 5.** Распределение мнения респондентов относительно участия в мероприятиях по благоустройству территории

## 5. Заключение

Проведенный анализ показал, что такие мероприятия более значимы для людей старшего возраста, население в возрасте от 18 до 45 лет менее активно. Это также подтверждается процентом участвовавших в опросе.

Анализ ответов жителей внутригородского района выявил «узкие» места в данной сфере:

- вывоз мусора;
- внешнее состояние жилищного фонда;
- парковочные места для автотранспорта.

Причинами редкого обращения в администрацию внутригородского района с сообщением о выявленных проблемах в сфере благоустройства территории респонденты указали низкий уровень взаимодействия с органами власти, а также недостаточную технологичность каналов и инструментов обратной связи. Всего лишь 4 % опрошенных сообщали о выявленных проблемах, а 89 % никогда не обращаются в администрацию. Данный показатель также свидетельствует о низкой активности и вовлеченности населения в процессы жизнедеятельности локальной территории.

Также респондентам было предложено оценить по 5-ти балльной шкале деятельность муниципальных служащих внутригородского района в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания. Жители локальной территории положительно оценили деятельность администрации.

Современные исследования проблемы управления благоустройством территории муниципальных образования показывают, что данное направление все также актуально и требует разработки новых направлений совершенствования с учетом активного развития цифровых технологий (Крупеньков, 2020: 121; Овсипян, 2020: 356; Цветков, 2020: 38).

### Литература

**Абрамова, 2020** – Абрамова Д.А. Платформа "активный гражданин" как пример реализации концепции "умный город" // *Вестник магистратуры*. 2020. № 1-5 (100). С. 72-74.

**Алиаскарова, Бакирова, 2020** – Алиаскарова Ж.А., Бакирова А.Р. Проблемы и перспективы цифровизации городской среды Санкт-Петербурга в рамках реализации проекта "умный город": нормативный аспект / В книге: *Петербург – город будущего: новая городская политика в России и мире. Сборник тезисов X Международной молодежной научной конференции*. 2020. С. 25-27.

**Алтухов, Кашкин, 2020** – Алтухов А.В., Кашкин С.Ю. Юридические аспекты цифровых платформенных технологий управления "умными городами" // *Вестник Российского нового университета. Серия: Человек и общество*. 2020. № 1. С. 77-82.

**Балабанова и др., 2019** – Балабанова А.О., Кесян Н.А., Борисова Т.Г., Хачемизова Е.К. Экологическая политика реализации города Сочи (Россия) / В сборнике: *E3S Web of Conferences 2019*. С. 08019.

**Биялт, 2020** – Биялт В.С. Совершенствование деятельности местных органов управления в сфере благоустройства / В сборнике: *Человек, экономика, социум: актуальные научные исследования. сборник научных трудов по материалам Международной научно-практической конференции. ООО Агентство перспективных научных исследований (АПНИ)*. Белгород, 2020. С. 38-42.

**Бортникова, 2020** – Бортникова К.Р. Цифровая трансформация городского управления / В книге: *Петербург – город будущего: новая городская политика в России и мире. Сборник тезисов X Международной молодежной научной конференции*. 2020. С. 67-69.

**Брежнев, 2020** – Брежнев А.С. Тенденции развития в России концепции «умных городов» / В сборнике: *Актуальные проблемы социэкономки в XXI веке. Сборник статей научных докладов по итогам XII Международной научной конференции студентов и молодых учёных*. Под ред. Л.С. Морозовой. Москва, 2020. С. 35-39.

**Кесян, Балабанова, 2019** – Кесян Н.А., Балабанова А.О. Осуществление контрольной деятельности в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд / В сборнике: *Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента. Материалы XI Международной студенческой научно-практической конференции*. 2019. С. 131-135.

**Крупеньков, 2020** – Крупеньков А.В. Проблемы управления благоустройством территории муниципального образования и пути их решения / В сборнике: *Научное сообщество студентов: междисциплинарные исследования. Сборник научных трудов по материалам II Всероссийской научно-практической студенческой конференции*. 2020. С. 121-125.

**Меняйлов, 2017** – Меняйлов В.С. Значение комплексного анализа территории – для решения проблемы реконструкции и благоустройства отдельной дворовой территории // *Вестник магистратуры*. 2017. № 1-2 (64). С. 47-50.

**Овсипян, 2020** – Овсипян М.В. Проблемы развития пригородных территорий Санкт-Петербурга / В сборнике: *Современный менеджмент: проблемы и перспективы. Сборник статей по итогам XV международной научно-практической конференции*. Под редакцией Е.А. Горбашко, И.В. Федосеева. Санкт-Петербург, 2020. С. 356-360.

**Соболева, 2020** – Соболева Ю.Е. Цифровые технологии управления умным городом / В сборнике: *Управление организационно-экономическими системами. Сборник трудов научного семинара студентов и аспирантов института экономики и управления*. Под общ. ред. О.В. Павлова. 2020. С. 105-108.

**Тараян, Будко, 2020** – Тараян А.А., Будко Е.Н. Комплексное благоустройство городских территорий / В сборнике: *День работников сельского хозяйства и перерабатывающей промышленности*. 2020. С. 131-134.

**Цветков, 2020** – Цветков Ю.А. Оценка уровня цифровой трансформации городской среды в концепции "умный город" // Вестник Белого генерала. 2020. № 2. С. 54-64.

**Шейна, Юдина, 2017** – Шейна С.Г., Юдина К.В. Методика разработки комплексной программы повышения комфортности проживания при благоустройстве городских территорий / В сборнике: *Строительство и архитектура-2017. Факультет промышленного и гражданского строительства. Материалы научно-практической конференции*. Министерство образования и науки Российской Федерации; ФГБОУ ВО "Донской государственный технический университет", Академия строительства и архитектуры. 2017. С. 92-96.

## References

**Abramova, 2020** – Abramova, D.A. (2020). Platforma "Aktivnyy grazhdanin" kak primer realizatsii kontseptsii "umnyy gorod" [The platform "active citizen" as an example of the implementation of the concept of "smart city"]. *Vestnik magistratury*. 1-5 (100): 72-74. [in Russian]

**Aliaskarova, Bakirova, 2020** – Aliaskarova, Zh.A., Bakirova, A.R. (2020). Problemy i perspektivy tsifrovizatsii gorodskoy sredy sankt-peterburga v ramkakh realizatsii proyekta "umnyy gorod": normativnyy aspekt [Problems and prospects of digitalization of the urban environment of St. Petersburg within the framework of the "smart city" project: the normative aspect]. *V knige: Peterburg – gorod budushchego: novaya gorodskaya politika v Rossii i mire. Sbornik tezisov X Mezhdunarodnoy molodozhnoy nauchnoy konferentsii*. Pp. 25-27. [in Russian]

**Altukhov, Kashkin, 2020** – Altukhov, A.V., Kashkin, S.Yu. (2020). Yuridicheskiye aspekty tsifrovyykh platformennykh tekhnologiy upravleniya "umnymi gorodami" [Legal aspects of digital platform technologies for managing "smart cities"]. *Vestnik Rossiyskogo novogo universiteta. Seriya: Chelovek i obshchestvo*. 1: 77-82. [in Russian]

**Balabanova i dr., 2019** – Balabanova A.O., Keshchyan N.A., Borisova T.G., Khachemizova E.K. (2019). Ekologicheskaya politika realizatsii goroda Sochi (Rossiya) [The environmental policy implementation of the city of Sochi (Russia)]. *V sbornike: EzS Web of Conferences 2019*. P. 08019. [in Russian]

**Biyalt, 2020** – Biyalt, V.S. (2020). Sovershenstvovaniye deyatelnosti mestnykh organov upravleniya v sfere blagoustroystva [Improving the activities of local government in the field of improvement]. *V sbornike: Chelovek, ekonomika, sotsium: aktual'nyye nauchnyye issledovaniya. sbornik nauchnykh trudov po materialam Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii. OOO Agentstvo perspektivnykh nauchnykh issledovaniy (APNI). Belgorod*. Pp. 38-42. [in Russian]

**Bortnikova, 2020** – Bortnikova, K.R. (2020). Tsifrovaya transformatsiya gorodskogo upravleniya [Digital transformation of urban governance]. *V knige: Peterburg – gorod budushchego: novaya gorodskaya politika v Rossii i mire. Sbornik tezisov X Mezhdunarodnoy molodozhnoy nauchnoy konferentsii*. Pp. 67-69. [in Russian]

**Brezhnev, 2020** – Brezhnev, A.S. (2020). Tendentsii razvitiya v Rossii kontseptsii «umnykh gorodov» [Development trends in Russia of the concept of "smart cities"]. *V sbornike: Aktual'nyye problemy sotsioekonomiki v XXI veke. Sbornik statey nauchnykh dokladov po itogam XII Mezhdunarodnoy nauchnoy konferentsii studentov i molodykh uchonykh*. Pod red. L.S. Morozovoy. Moskva. Pp. 35-39. [in Russian]

**Keshchyan, Balabanova, 2019** – Keshchyan, N.A., Balabanova, A.O. (2019). Osushchestvleniye kontrol'noy deyatelnosti v sfere zakupok tovarov, rabot, uslug dlya obespecheniya gosudarstvennykh i munitsipal'nykh nuzhd [Implementation of control activities in the field of procurement of goods, works, services to meet state and municipal needs]. *V sbornike: Studencheskiye nauchnyye issledovaniya v sfere turizma i sportivnogo menedzhmenta. Materialy XI Mezhdunarodnoy studencheskoy nauchno-prakticheskoy konferentsii*. Pp. 131-135. [in Russian]

**Krupen'kov, 2020** – Krupen'kov, A.V. (2020). Problemy upravleniya blagoustroystvom territorii munitsipal'nogo obrazovaniya i puti ikh resheniya [Problems of management of the improvement of the territory of the municipality and ways to solve them]. *V sbornike: Nauchnoye soobshchestvo studentov: mezhdistsiplinarnyye issledovaniya. Sbornik nauchnykh trudov po materialam II Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy studencheskoy konferentsii*. Pp. 121-125. [in Russian]

**Menyaylov, 2017** – Menyaylov, V.S. (2017). Znachenkiye kompleksnogo analiza territorii – dlya resheniya problemy rekonstruktsii i blagoustroystva otdel'noy dvorovoy territorii [The value of a comprehensive analysis of the territory – for solving the problem of reconstruction and improvement of a separate courtyard territory]. *Vestnik magistratury*. 1-2 (64): 47-50. [in Russian]

**Ovsipyan, 2020** – *Ovsipyan, M.V.* (2020). Problemy razvitiya prigorodnykh territoriy Sankt-Peterburga [Problems of development of suburban areas of St. Petersburg]. *V sbornike: Sovremennyy menedzhment: problemy i perspektivy. Sbornik statey po itogam XV mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii.* Pod redaktsiyey Ye.A. Gorbashko, I.V. Fedoseyeva. Sankt-Peterburg. Pp. 356-360. [in Russian]

**Soboleva, 2020** – *Soboleva, Yu.Ye.* (2020). Tsifrovyye tekhnologii upravleniya umnym gorodom [Digital technologies of smart city management]. *V sbornike: Upravleniye organizatsionno-ekonomicheskimi sistemami. Sbornik trudov nauchnogo seminara studentov i aspirantov instituta ekonomiki i upravleniya.* Pod obshch. red. O.V. Pavlova. Pp. 105-108. [in Russian]

**Tarayan, Budko, 2020** – *Tarayan, A.A., Budko, Ye.N.* (2020). Kompleksnoye blagoustroystvo gorodskikh territoriy [Comprehensive improvement of urban areas]. *V sbornike: Den' rabotnikov sel'skogo khozyaystva i pererabatyvayushchey promyshlennosti.* Pp. 131-134. [in Russian]

**Tsvetkov, 2020** – *Tsvetkov, Yu.A.* (2020). Otsenka urovnya tsifrovoy transformatsii gorodskoy sredy v kontseptsii "umnyy gorod" [Assessment of the level of digital transformation of the urban environment in the concept of "smart city"]. *Vestnik Belogo generala.* 2: 54-64. [in Russian]

**Sheina, Yudina, 2017** – *Sheina, S.G., Yudina, K.V.* (2017). Metodika razrabotki kompleksnoy programmy povysheniya komfortnosti prozhivaniya pri blagoustroystve gorodskikh territoriy [Methodology for developing a comprehensive program for improving the comfort of living in the improvement of urban areas]. *V sbornike: Stroitel'stvo i arkhitektura-2017. Fakul'tet promyshlennogo i grazhdanskogo stroitel'stva. Materialy nauchno-prakticheskoy konferentsii. Ministerstvo obrazovaniya i nauki Rossiyskoy Federatsii; FGBOU VO "Donskoy gosudarstvennyy tekhnicheskyy universitet", Akademiya stroitel'stva i arkhitektury.* Pp. 92-96. [in Russian]

УДК 33

## **Исследование муниципального управления в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания территории района**

Надежда Асоевна Кещян <sup>a</sup>, Анна Олеговна Балабанова <sup>a, \*</sup>, Арутюн Завенович Зейтунян <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье рассмотрено исследование процесса муниципального управления в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания территории района города. Проведено исследование публикаций по данному направлению, изучающих современные проблемы муниципального управления в сфере архитектуры, благоустройства и санитарного содержания территории. При проведении социологического исследования был проанализирован уровень благоустройства территорий, перечень проблем в части санитарного содержания территории района, общие проблемы благоустройства территории, оценены показатели благоустройства территории района, проведено исследование вовлеченности граждан территории в мероприятиях по благоустройству. Проведенный анализ показал, что такие мероприятия более значимы для людей старшего возраста, население в возрасте от 18 до 45 лет менее активно. Это также, подтверждается процентом участвовавших в опросе. Анализ ответов жителей внутригородского района выявил «узкие» места в данной сфере: вывоз мусора; внешнее состояние жилищного фонда; парковочные места для автотранспорта. Причиной редкого обращения в администрацию внутригородского района с сообщением о выявленных проблемах в сфере благоустройства территории респонденты указали низкий уровень взаимодействия с органами власти, а также отсутствие канала и инструмента обратной связи.

**Ключевые слова:** благоустройство, муниципальное управление, муниципалитет, территория, городской район.

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [annabalabanovasochi@gmail.com](mailto:annabalabanovasochi@gmail.com) (А.О. Балабанова), [naaltk2014@gmail.com](mailto:naaltk2014@gmail.com) (Н.А. Кещян)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 376-383

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 33

## Ethno-Entrepreneurship as a Resource of a Multi-Ethnic Region

Elena N. Klochko <sup>a, \*</sup>, Victoria N. Mukha <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Kuban State Agricultural University, Russian Federation

<sup>b</sup> Kuban State Technological University, Russian Federation

### Abstract

The presented article contains the results of the analysis of opportunities for the development of ethnic entrepreneurship in the Krasnodar Territory, conducted on the basis of the analysis of data on population migration to the Krasnodar Territory. It is determined that, despite some slowdown in migration flows, the region as a whole remains attractive to domestic and external migrants.

It was revealed that the multi-ethnic composition of the population and the difficult migration situation contribute to the development of ethnoeconomics in the region, and ethnic entrepreneurship can be considered as one of the promising "growth points" of the region's economy. Consequently, ethnic entrepreneurship acts as an adaptation strategy, that is, a set of practices of social interaction between ethnic migrants and the receiving community.

New opportunities for the sector of ethnic entrepreneurship in modern conditions are outlined. Despite the clear advantages, ethnic entrepreneurship had a potential for conflict, since ethnic inequality, labour market competition, shadow employment, income and living standards created inter-ethnic tensions. However, if ethnobusiness is focused on the development of new or untapped economic niches, aimed at diversifying production, etc., then ethnic entrepreneurs are practically not rejected by the host community.

**Keywords:** socio-economic system, multi-ethnic region, clustering, ethnic entrepreneurship, ethnos, ethnic diasporas, economic niches.

### 1. Введение

Краснодарский край является полиэтническим регионом, в котором проживают различные этносы, переплетаются разные культуры и верования. В Стратегии развития Краснодарского края до 2030 года представлены стратегические вызовы, с которыми столкнется российская экономика в ближайшее время и которые необходимо учитывать при разработке программных документов и управлении экономикой края, среди них: 1) инициация среди населения региона интереса к охране окружающей среды и хозяйственным практикам, способствующим сохранению природного наследия края и 2) рурализация: переток населения из городских анклавов в сельскую местность с целью проживания и ведения предпринимательской деятельности. Основной упор в данной Стратегии делается на кластерные технологии, создающие «каркас» экономики региона и являющиеся «точками роста» региона.

\* Corresponding author

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

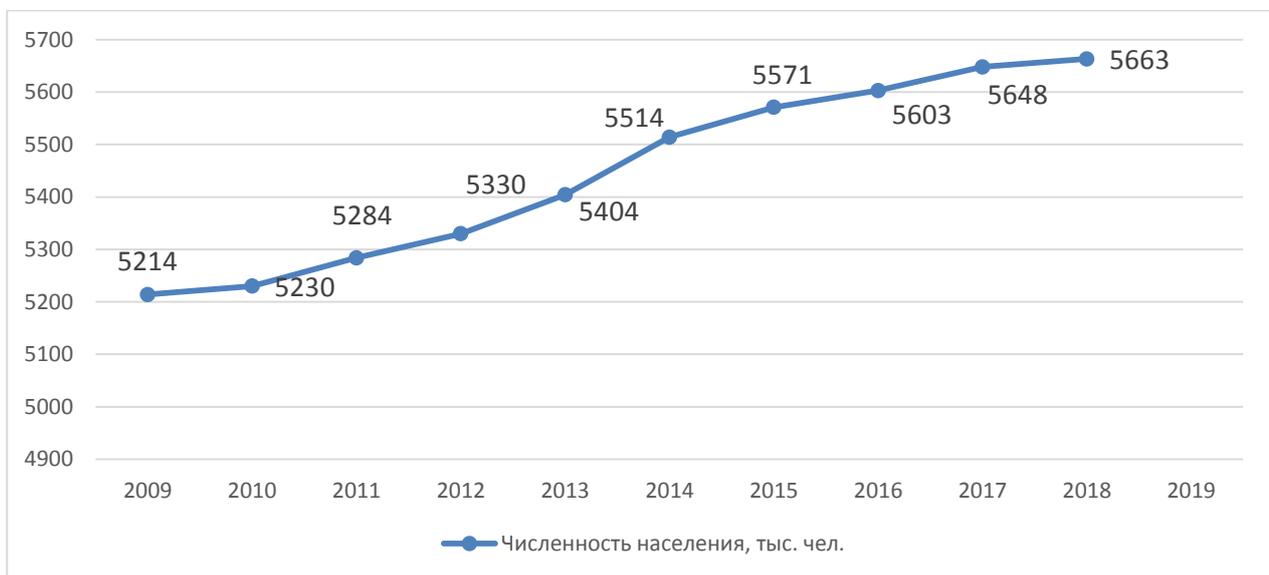
Ориентируясь на активацию предпринимательской деятельности в регионе, нельзя забывать об использовании скрытых ресурсов этнопредпринимательства, что позволит создавать с его помощью перспективные «точки роста» в экономике края.

## 2. Материалы и методы

В данной статье приведены результаты анализа миграции населения Краснодарского края, проведенного на основе статистических данных за период 2011–2019 годы. В статье использовались способы статистического анализа, графической интерпретации данных, контент-анализа.

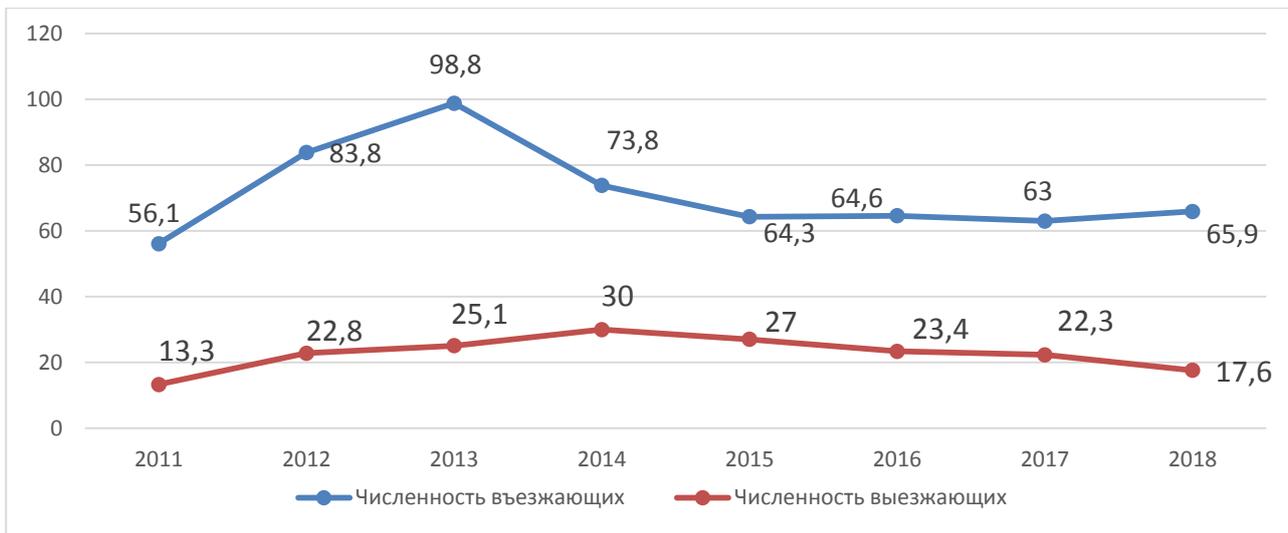
## 3. Результаты

Отдельный регион можно рассматривать как целостную социально-экономическую систему, которая активно вовлечена в межрегиональное и международное разделение труда. Конкурентоспособность такой системы в современных условиях обеспечивается за счет уникальности и эффективного использования своих ресурсов (Ключко, Прохорова, 2017: 11). Одним из наиболее важных ресурсов хозяйственного пространства территории является его население (Рисунок 1).



**Рис. 1.** Численность населения Краснодарского края (2009–2019 годы), тыс. чел.

Как показывают статистические данные за последние десять лет население края выросло на 449 тыс. человек или на 9%. Необходимо отметить, что Краснодарский край является одним из наиболее привлекательных регионов для проживания по мнению населения Российской Федерации, о чем свидетельствуют статистические данные (Рисунок 2).



**Рис. 2.** Распределение въезжающих и выезжающих из Краснодарского края, тыс. чел.

Данные [Рисунка 2](#) показывают, что, несмотря на некоторое снижение показателей въезжающих в край после 2013 года сальдо по миграции за весь исследуемый период было положительным. Следовательно, несмотря на некоторое замедление миграционных потоков регион в целом остается по-прежнему привлекательным для внутренних и внешних мигрантов.

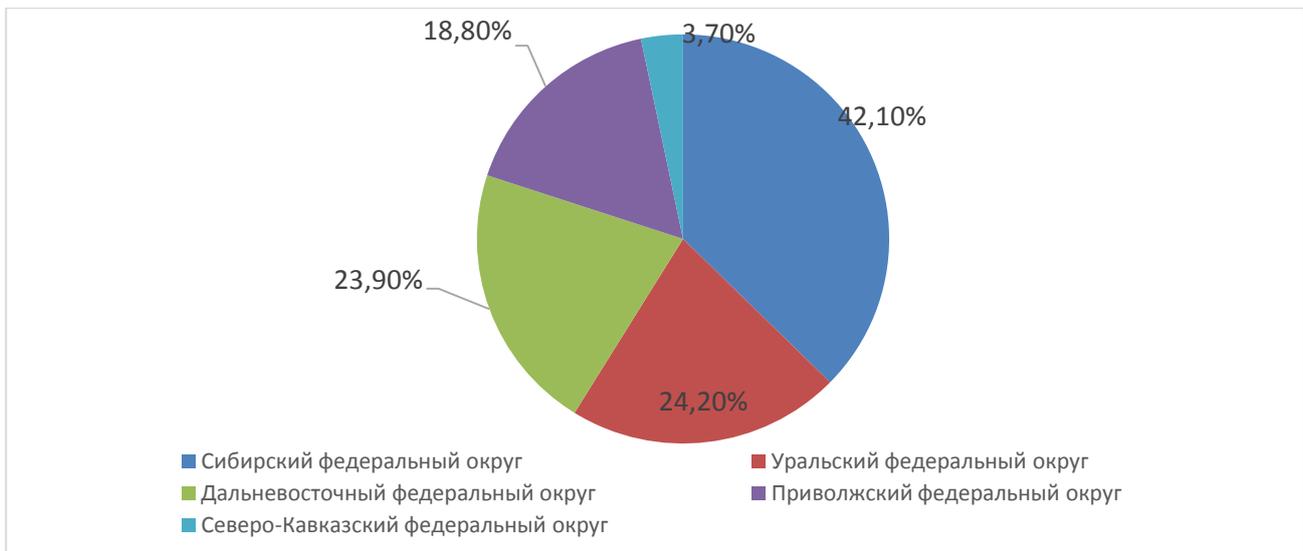
Согласно данным Краснодарстата миграционные потоки складывались в крае следующим образом ([Таблица 1](#)).

**Таблица 1.** Миграционные потоки в Краснодарском крае в 2018–2019 годах ([Общие итоги миграции..., 2020](#))

	2019			2018		
	число прибывших	число выбывших	миграционный прирост (+), снижение (-)	число прибывших	число выбывших	миграционный прирост (+), снижение (-)
Миграция – всего	183794	147842	+35952	200628	153058	+47570
из нее:						
внутрироссийская	154557	135393	+19164	178326	141821	+36505
в том числе:						
внутрирегиональная	51504	51504	-	56566	56566	-
межрегиональная	103053	83889	+19164	121760	85255	+36505
международная миграция	29237	12449	+16788	22302	11237	+11065
в том числе:						
с государствами-участниками СНГ	27180	11017	+16163	19823	9859	+9964
со странами вне СНГ	2057	1432	+625	2479	1378	+1101
Внешняя для края миграция	132290	96338	+35952	144062	96492	+47570

Все направления миграционных потоков за период 2018–2019 годов характеризуются положительным сальдо, причем преобладающие миграционные потоки представлены межрегиональной миграцией и международной миграцией со странами-участниками СНГ.

Как показывают данные [Таблицы 1](#) по сравнению с 2019 годом положительное сальдо миграции за счет обмена с российскими регионами уменьшилась в 1,9 раза. Распределение мигрантов по федеральным округам представлено на [Рисунке 3](#).



**Рис. 3.** Федеральные округа, обеспечивающие основные межрегиональные потоки в Краснодарский край, %

Как показывают данные [Рисунка 3](#) Сибирский федеральный округ, Уральский федеральный округ и Дальневосточный федеральный округ по-прежнему составляют тройку лидеров по макрорегионам, являющимся основными «регионами-поставщиками» внутренних мигрантов в край.

Как отмечают исследователи, особое значение для развития регионов в контексте глобализационных процессов имеют два вида факторов: факторы внутренней среды (прежде всего, состояние предпринимательской среды) и факторы внешней среды (геоэкономическое положение региона) ([Маркарян, 2015: 30](#)). Геоэкономическое положение региона – это фактор, который дан объективно, изменить его невозможно, но грамотное позиционирование, территориальный брендинг способны повысить эффективность региональной социально-экономической системы. Отдельно следует остановиться на внутреннем факторе – уровне развития института предпринимательства.

Предпринимательство вносит существенный вклад в формирование и развитие экономического потенциала хозяйственного пространства территорий. Так согласно данным Краснодарстата, к марту 2018 года в Краснодарском крае только субъектов малого предпринимательства (без микропредприятий), занимающихся различными видами бизнеса, насчитывалось 6888, на этих предприятиях в крае трудоустроено 214400 человек, а оборот составил 146637,1 млн. руб. ([Краснодарский край. Предпринимательство, 2020](#)).

Отметим, что для Краснодарского края, как и для большинства российских регионов, характерен полиэтничный состав населения и непростая миграционная обстановка, что способствует развитию этноэкономики. Многообразие трактовки понятия этноэкономики вынуждает нас обозначить то понятие, на которое мы в дальнейшем будем опираться в данной статье. На наш взгляд, этноэкономика – это наука о взаимодействии культуры, традиций, этноса, обычаев, идеологии, религиозных взглядов различных наций с их хозяйственной деятельностью.

Невозможно представить этноэкономику региона без предпринимательского сообщества, которое и формирует ее ареал. Этническое предпринимательство мы рассматриваем как перспективную сферу этноэкономики региона, поскольку оно обеспечивает рост самозанятости и доходов населения, сохраняет уникальные технологии производства этнопродукции, а также этнические традиции и обычаи.

Далее рассмотрим развитие этнопредпринимательства в полиэтничном регионе, которым является Краснодарский край. Отметим, что Кубань – аграрный регион, для которого актуален вопрос развития сельских территорий, обеспечить которое можно за счет развития различных видов этнопредпринимательской деятельности, в частности, этнотуризма, производства экологически чистой этнопродукции, ремесленных изделий и т.п.

Анализ этнического предпринимательства как ресурса развития региона, позволяет выделить несколько аспектов.

Во-первых, этнопредпринимательство может рассматриваться как одна из перспективных «точек роста» экономики края. Как представляется, наиболее эффективно объединение отдельных хозяйствующих субъектов в этнокластеры. Как мы отмечали в своих предыдущих публикациях, в сфере этнического хозяйства необходимо создавать предпосылки для кластеризации малых и средних форм предпринимательства, что позволит не только приблизить их к месту производства, но и решить проблему занятости сельского населения, которое может быть трудоустроено в этнических интегрированных структурах. При этом необходимо учитывать тот факт, что адаптация населения к экономическим трансформациям в таких условиях будет проходить быстрее, чем если предпринимать попытки по переселению и трудоустройству сельских жителей в городах Краснодарского края (Клочко и др., 2018: 98).

Несомненно, реализация кластерных инициатив в хозяйственном пространстве региона позволит (Клочко и др., 2018: 100):

- изменить структуру экономики региона;
- создать новый бренд региона с учетом этнической направленности;
- продуктивно использовать природные и рекреационные ресурсы территории;
- привлечь дополнительные поступления в бюджет региона;
- рационально использовать и сохранять рекреационный, природный, культурно-исторический потенциал этносов.

Создание этнокластеров позволит активно применять производство безотходного типа, сохранять традиционные практики этносов, проживающих в крае, сочетать этнические практики ведения хозяйства с инновационными технологиями, что позволит повысить конкурентоспособность этнической продукции на международном рынке.

Отметим, что для сектора этнического предпринимательства в современных условиях открывается ряд новых возможностей:

А. Формирование кластерных зон нового роста региональной экономики с учетом этнического фактора.

Б. Осуществление этнической кластеризации на основе развернутого отношения государственно-частного партнерства.

В. Преобразование приоритетных этнических кластеров в функциональные подсистемы региональной экономики.

Во-вторых, в условиях интенсивных миграционных потоков, которые испытывает Краснодарский край, этническое предпринимательство выступает как адаптационная стратегия, то есть совокупность практик социального взаимодействия этнических мигрантов и принимающего сообщества.

Если рассматривать миграционный прирост населения Краснодарского края за счет обмена с государствами-участниками СНГ в 2019 году, то положительное сальдо миграции наблюдалось со всеми государствами – участниками СНГ. Среди стран СНГ 39,6 % миграционного прироста приходилось на Украину, 31,4 % на Армению и 9,8 % – на Казахстан.

Основные данные по миграции со странами СНГ и странами дальнего зарубежья приводятся в Таблице 2. Страны СНГ, являющиеся лидерами по числу мигрантов в Краснодарский край выделены оранжевой заливкой.

**Таблица 2.** Миграция со странами СНГ и странами дальнего зарубежья (Общие итоги миграции населения..., 2020)

	2019			2018		
	Число прибывших	число выбывших	миграционный прирост (+), снижение (-)	число прибывших	число выбывших	миграционный прирост (+), снижение (-)
Международная миграция	29237	12449	+16788	22302	11237	+11065
в том числе:						
с государствами-участниками СНГ	27180	11017	+16163	19823	9859	+9964

	2019			2018		
	Число прибывших	число выбывших	миграционный прирост (+), снижение (-)	число прибывших	число выбывших	миграционный прирост (+), снижение (-)
в том числе:						
Азербайджан	587	275	+312	510	218	+292
<b>Армения</b>	<b>7594</b>	<b>2521</b>	<b>+5073</b>	<b>3669</b>	<b>1659</b>	<b>+2010</b>
Беларусь	713	214	+499	581	187	+394
<b>Казахстан</b>	<b>2955</b>	<b>1372</b>	<b>+1583</b>	<b>2447</b>	<b>1009</b>	<b>+1438</b>
Киргизия	640	353	+287	582	300	+282
Республика Молдова	509	398	+111	634	322	+312
Таджикистан	1268	246	+1022	726	154	+572
Туркмения	253	70	+183	194	42	+152
Узбекистан	1397	709	+688	1071	570	+501
<b>Украина</b>	<b>11264</b>	<b>4859</b>	<b>+6405</b>	<b>9409</b>	<b>5398</b>	<b>+4011</b>
с другими зарубежными странами	2057	1432	+625	2479	1378	+1101
в том числе:						
Абхазия	550	561	-11	929	546	+383
Афганистан	135	19	+116	50	5	+45
Германия	172	153	+19	246	141	+105
Греция	65	53	+12	82	64	+18
Грузия	491	273	+218	514	290	+224
Латвия	38	24	+14	37	31	+6
Сербия	74	36	+38	62	47	+15
Сирия	36	8	+28	34	8	+26
США	40	24	+16	44	31	+13
Турция	96	111	-15	138	45	+93
Эстония	22	14	+8	35	6	+29
другие страны	338	156	+182	308	164	+144

В 2019 году в миграционном обмене с другими зарубежными странами – вне СНГ – сохранилось положительное сальдо миграции. Отток мигрантов в текущем периоде наблюдался в Абхазию, Турцию.

Возрастной состав мигрантов в 2019 году изменился следующим образом: в миграционном приросте доля лиц трудоспособного возраста увеличилась на 3,3 %, при этом доля лиц моложе трудоспособного уменьшилась на -28,2 % и доля лиц старше трудоспособного возраста увеличилась соответственно на 12,1 %.

Несомненно, развитие этнических бизнес-структур будет зависеть от рыночных условий, доступа к собственности, государственной политики и других факторов. Наличие этнического бизнеса в регионе расширяет социально-экономические возможности мигрантов, позволяет им быстрее ассимилироваться и включиться в экономическую жизнь принимающего сообщества.

Из всех видов бизнеса малый бизнес является для этнических предпринимателей наиболее предпочтительным, т.к. не требует специального образования и больших инвестиций, а также прекрасного владения бизнес-языком. Именно эти условия являются ключевыми при приеме на работу представителей тех стран, из которых мигрировали этнические предприниматели, что позволяет мигрантам лучше интегрироваться в социум принимающей страны (Лайша, 2012: 78).

Безусловно, несмотря на явные преимущества, этническое предпринимательство содержит конфликтный потенциал, поскольку неравенство этнических групп, конкуренция на рынке труда, теневая занятость, разница в доходах и уровне жизни создают межэтническую напряженность. Но если этнобизнес ориентирован на освоение новых или же неосвоенных экономических ниш, направлен на диверсификацию производства и др., то этнопредприниматели практически не испытывают отторжения со стороны принимающего сообщества.

#### 4. Заключение

В целом, в условиях экономического кризиса и импортозамещения именно этническая специфика может выступить необходимым условием в конкурентной борьбе регионов как инструмент территориального маркетинга и брендинга. А этническое предпринимательство будет способствовать развитию инновационных возможностей Краснодарского края, освоению новых резервов роста региона и диверсификации экономики.

#### Литература

**Клочко и др., 2018** – *Клочко Е.Н., Муха В.Н., Шичиях Р.А.* Перспективы развития предпринимательства на основе этнических кластеров в Краснодарском крае // *Вестник Академии знаний.* 2018. 1: 97-101.

**Клочко, Прохорова, 2017** – *Клочко Е.Н., Прохорова В.В.* Этнопредпринимательство как новация при переходе экономики на инновационный путь развития // *Современная научная мысль.* 2017. 3: 127-134.

**Краснодарский край. Предпринимательство** – Краснодарский край. Предпринимательство [Электронный ресурс]. URL: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/enterprises/](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/enterprises/) (дата обращения: 21.11.2020).

**Лайша, 2012** – *Лайша А.В.* Традиции предпринимательства у различных этнических групп // *Вестник Краснодарского университета МВД России.* 2012. 3: 77-82.

**Маркарян, 2015** – *Маркарян В.Р.* Государственно-частное партнерство как инструмент вовлечения частного сектора в реализацию геэтноэкономических приоритетов развития региона. *Социально-экономические и правовые основы развития экономики.* 2015. Уфа, 28-51.

**Общая характеристика..., 2020** – Общая характеристика миграционной ситуации в Краснодарском крае [Электронный ресурс]. URL: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/resources/](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/resources/) (дата обращения: 21.11.2020).

**Общие итоги миграции..., 2019** – Общие итоги миграции населения в Краснодарском крае в 2019 году [Электронный ресурс]. URL: <https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/mn20191.htm> (дата обращения: 21.11.2020).

#### References

**Klochko i dr., 2018** – *Klochko, E.N., Mukha, V.N., Shichiyakh, R.A.* (2018). Perspektivy razvitiya predprinimatel'stva na osnove etnicheskikh klasterov v Krasnodarskom krae [Prospects for the development of entrepreneurship based on ethnic clusters in the Krasnodar Krai]. *Vestnik Akademii znaniy.* 1: 97-101. [in Russian]

**Klochko, Prokhorova, 2017** – *Klochko, E.N., Prokhorova, V.V.* (2017). Etnopredprinimatel'stvo kak novatsiya pri perekhode ekonomiki na innovatsionnyi put' razvitiya [Ethnic entrepreneurship as an innovation in the transition of the economy to an innovative path of development]. *Sovremennaya nauchnaya mysl'.* 3: 127-134. [in Russian]

**Krasnodarskii krai. Predprinimatel'stvo** – Krasnodarskii krai. Predprinimatel'stvo [Krasnodar Krai. Entrepreneurship]. [Electronic resource]. URL: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/enterprises/](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/ru/statistics/krsndStat/enterprises/) (date of access: 21.11.2020). [in Russian]

**Laisha, 2012** – *Laisha, A.V.* (2012). Traditsii predprinimatel'stva u razlichnykh etnicheskikh grupp [Traditions of entrepreneurship among various ethnic groups]. *Vestnik Krasnodarskogo universiteta MVD Rossii.* 3: 77-82. [in Russian]

**Markaryan, 2015** – *Markaryan, V.R.* (2015). Gosudarstvenno-chastnoe partnerstvo kak instrument vovlecheniya chastnogo sektora v realizatsiyu geoetnoekonomicheskikh prioritetov razvitiya regiona [Public-private partnership as a tool for involving the private sector in the implementation of geo-ethno-economic priorities for the development of the region]. *Sotsial'no-ekonomicheskie i pravovye osnovy razvitiya ekonomiki.* Ufa, 28-51. [in Russian]

**Obshchaya kharakteristika..., 2020** – Obshchaya kharakteristika migratsionnoi situatsii v Krasnodarskom krae [General characteristics of the migration situation in the Krasnodar Krai]. [Electronic resource]. URL: [http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat\\_ts/krsdstat/resources/](http://krsdstat.gks.ru/wps/wcm/connect/rosstat_ts/krsdstat/resources/) (date of access: 21.11.2020). [in Russian]

**Obshchie itogi migratsii..., 2019** – Obshchie itogi migratsii naseleniya v Krasnodarskom krae v 2019 godu [General results of migration of the population in the Krasnodar Krai in 2019]. [Electronic resource]. URL: <https://krsdstat.gks.ru/storage/mediabank/mn20191.htm> (date of access: 21.11.2020). [in Russian]

УДК 33

## Этнопредпринимательство как ресурс полиэтнического региона

Елена Николаевна Ключко <sup>a, \*</sup>, Виктория Николаевна Муха <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Кубанский государственный аграрный университет, Российская Федерация

<sup>b</sup> Кубанский государственный технологический университет, Российская Федерация

**Аннотация.** В представленной статье содержатся результаты анализа возможностей развития этнического предпринимательства в Краснодарском крае, проведенного на основе анализа данных о миграции населения в Краснодарский край. Определено, что несмотря на некоторое замедление миграционных потоков регион в целом остается по-прежнему привлекательным для внутренних и внешних мигрантов.

Выявлено что полиэтничный состав населения и непростая миграционная обстановка способствуют развитию этноэкономики в крае, а этнопредпринимательство может рассматриваться как одна из перспективных «точек роста» экономики региона. Следовательно, этническое предпринимательство выступает как адаптационная стратегия, то есть совокупность практик социального взаимодействия этнических мигрантов и принимающего сообщества.

Очерчены новые возможности, открывающиеся для сектора этнического предпринимательства в современных условиях. Выявлено, что несмотря на явные преимущества, этническое предпринимательство содержит конфликтный потенциал, поскольку неравенство этнических групп, конкуренция на рынке труда, теневая занятость, разница в доходах и уровне жизни создают межэтническую напряженность. Однако, если этнобизнес ориентирован на освоение новых или же неосвоенных экономических ниш, направлен на диверсификацию производства и др., то этнопредприниматели практически не испытывают отторжения со стороны принимающего сообщества.

**Ключевые слова:** социально-экономическая система, полиэтничный регион, кластеризация, этнопредпринимательство, этнос, этнические диаспоры, экономические ниши.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [magadan.79@mail.ru](mailto:magadan.79@mail.ru) (Е.Н. Ключко)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 384-392

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 33

## Using Social Network Sites in Healthcare Management: Opportunities and Challenges

Natalia I. Rekhter <sup>a</sup>, Tatyana Yu. Anopchenko <sup>b, \*</sup>

<sup>a</sup> Governors State University, USA

<sup>b</sup> Smolensk State University, Russian Federation

### Abstract

This paper reviews the history and evolution of the major Social Network Sites (SNS) – Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Blogging, Health 2.0 – and describes applications of each SNS to the healthcare industry administration. While SNS applications to healthcare are numerous, the paper is focused on the use of SNS for health administration; it analyzes patients and physicians' patterns of using SNS for obtaining and processing healthcare-related information and the application of SNS for patients' outreach. Among unique SNSs' features applicable to healthcare administration are trackability of patients' intents, the opportunity for early interventions, the timeliness of patient-provider connections, and personification of health-promotion and education messages. SNSs limitations and concerns include loss of control over the content, lack of policies regulating SNSs healthcare content, and limitations of the available research. As SNSs continue gaining popularity, understanding its strengths, limitations, and policies could be instrumental in conducting effective health outreach and strengthening communication channels among providers and patients.

**Keywords:** social media, social network sites, social media and healthcare, social media and patients, social media and healthcare providers, Facebook, Instagram, Twitter and healthcare education, social media and healthcare administration.

### 1. Introduction

Social media or social networking and their use in healthcare are a relatively new and constantly changing area; consequently, the amount of available empirical work and research associated with it is limited. Therefore, in addition to drawing information from primary sources, this article presents information from a variety of secondary sources, including blogs, web reports, web posts/comments, web group discussions, forums, Twitter, Pinterest, Facebook, Instagram, Askbook, Quora, Tumblr, VKontakte, Google+, videos, newspaper articles, and similar sources.

#### Social Media. Definition

Over the past two decades, people have had to rethink their connections with and affinities toward others. Since the inception of the Internet in 1991, the way how humans communicate, as well as the nature of their professional and social lives, have been continually evolving. First, there was Web 1.0- a read-only website that provided access to the information that was supplied and updated by the organizations themselves. Then Web 2.0 was created, an interactive tool that engaged individuals in discussing their concerns and sharing their knowledge. However, only the creation of Facebook, LinkedIn, YouTube, Twitter, and other similar applications produced a "massive harnessing of the now-pervasive online connectivity in our everyday lives" (Davis et al.,

\* Corresponding author

E-mail addresses: [davidova@mail.ru](mailto:davidova@mail.ru) (T.Yu. Anopchenko)

2012: 3). As of now, according to different sources, approximately 2.789 billion people in the world use various social media sites (SNS), devoting 900 billion minutes per month to interacting with pages, groups, and events. Among top SNSs are Facebook, Youtube, Instagram, and Twitter (Similarweb.com, 2019; Smart Insights, 2017; Noyes, 2019). In this paper, we will discuss how SNSs have been evolving and in what way it impacted one industry, – healthcare.

Boyd and Ellison's (2007) describe social network sites (SNSs), as web-based services that allow individuals to (1) construct a public or semi-private profile within a bounded system, (2) articulate a list of other users with whom they share a connection, and (3) view and traverse their list of connections and those made by others within the system (Boyd, Ellison, 2007: 211)

The above description addresses the debate about whether or not social networking represents one aspect of social media or whether social media represents one aspect of social networking (Cavazza, 2008; Falls, 2008). It also implies the use of visible profiles and reveals a public display of connections, the potential for interactions and the capacity to target specific ethnic, religious, professional, sexually-oriented, political, age-related, linguistic, or other identity-driven groups (Boyd, Ellison, 2008)—all features that are associated with SNSs.

## 2. Materials and methods

This part includes a detailed review and analysis of the social network sites history, evolution and application to the field of healthcare administration.

### Analysis of History, Evolution, and Connection to Healthcare Industry

#### Beginning

Many traced the beginning of social networking to 1971 when the first e-mail was sent from one computer to another; the computers were sitting in one room, next to each other. However, larger-scale social networking began in 1997 when SixDegrees.com was launched. It had the majority of features that characterize SNSs today: It allowed users to create profiles, list their friends, and surf their friend lists. Three years later, in 2000, the server closed, largely due to the limitations of the Internet geographic penetration and a rather narrow scope of allowed activities (Boyd, Ellison, 2008). Blogging, another form of SNSs, also started in 1997. It offered a much large spectrum of communication opportunities, such as shared online journals and diaries, which allow readers to share comments in response to various posts. Unlike sixdegrees.com, blogs are still popular today, there are approximately 505 million blogs<sup>6</sup> in existence. However, their features and capabilities are somewhat unique and different from those offered by SNSs. In healthcare, blogs are being actively used for educational purposes.

#### LinkedIn

The year 2003 marked the beginning of LinkedIn, a business-oriented SNS designed for professional networking. Today, the total number of LinkedIn users is over 500 million, with 260 million active monthly users and 200 million users accessing LinkedIn every day in 200 countries. The average amount of time a user spends monthly on LinkedIn is 17 minutes. LinkedIn lists more than 10 million active job posts and presents data on 9 million companies (Gallant, 2019). Unlike in other SNSs, such as Facebook, Twitter, Instagram, and similar, LinkedIn is less "social"; there are no followers<sup>7</sup> and following<sup>8</sup> on LinkedIn and it doesn't apply a friends-and-family model. A member can ask to be connected to another LinkedIn member by identifying their prior professional connectivity. However, similarly to other SNSs, members can like and share other members' posts as well as offer their comments and opinions. The number of connections is reflected in another LinkedIn feature – a professional endorsement; the total number of LinkedIn endorsements is at around 10 billion. LinkedIn also offers an opportunity for creating and joining professional groups that can be easily found through the LinkedIn "Group Directory" and for publishing and accessing professional articles. There are over 100,000 professional articles that

<sup>6</sup> This number is an approximation and is constantly changing. In addition, different software may have a slightly different count.

<sup>7</sup> Follower is a SNS user who is choosing to see all of another user posts in their content feed

<sup>8</sup> "Following" someone means you will see their SNS posts in your personal timeline. For instance, Twitter or Instagram social media platforms will let you see who you follow and also who is following you. Followers are people who receive other people's updates ([http://www.webopedia.com/TERM/T/Twitter\\_following.html](http://www.webopedia.com/TERM/T/Twitter_following.html)). If one has more people who follow his or her posts in comparison to how many people this person follows, than this person is more popular in SNS hierarchy

appear on LinkedIn pages weekly. Overall, LinkedIn content is less personal and social, and more professionally oriented.

Over 1.5 million healthcare professionals have LinkedIn accounts; among them, 422,158 people have listed themselves under “hospital and health care” industry, 179 thousand people have listed themselves under “medical practice,” 350 thousand members are in the pharmaceutical industry, and 170 thousand are registered under the “medical device” industry ([Santiago, 2018](#)).

### **Facebook**

Facebook began in 2004 as a Harvard-exclusive SNS. It later expanded to other schools but managed to maintain an exciting exclusivity, because open sign-up does not provide easy access to users in closed networks. Facebook creates an opportunity for building “applications,” allowing users to personalize their profiles, create school profiles, share stores, and compare preferences. According to different sources, today, Facebook has approximately 2.13 billion monthly active users worldwide, which is approximately a quarter of the entire world population; 50 % of users log on to Facebook daily spending 900 billion minutes per month interacting with pages, groups, and events ([Noyes, 2018](#)). The rating of a Facebook page popularity can be measured by the ratio of this page followers and how many people this page is following.

Of the total of 3,371 hospitals in the United States, 2,251, or 99.4 %, have a Facebook account ([Gandolf, 2019](#)). Patients can inspire other patients to join specific hospital groups and share health-related information. Facebook also offers healthcare organizations the ability to communicate with patients through direct and targeted messages, and “view detailed statistics on the usage of the organization’s page” ([Reuben, 2008: 3](#)).

### **YouTube**

The domain name YouTube.com—an SNS for watching and sharing original videos – was registered and activated on February 14, 2005, and the first YouTube video was uploaded in two months, on April 23, 2005. YouTube eliminated the cost of creating video cassettes and/or burning CDs/DVDs, as well as the cost of postage, and tremendously widened the audience of potential video consumers. In 2019, the number of monthly YouTube users reached 1.9 billion and the number of hours of YouTube videos watched reached one billion hours a day, more than Netflix and Facebook videos combined ([Smith, 2019](#)). About 70 % of YouTube viewers live outside of the U.S., Google’s automatic speech recognition technology can translate YouTube videos into 51 world languages, and the YouTube player is embedded across over 10 million websites worldwide ([Website Monitoring Blog, 2018](#)), the platform has also launched in 91 countries. Researchers identify that Youtube is increasingly being used for disseminating health information ([Madathil, 2015; Zhao, 2017](#)).

### **Twitter**

Twitter—a combination of instant messaging and blogging that allows users to share short (at first 140 and now 280-characters including spaces) posts—was introduced in 2006. On Twitter, users can follow their friends, send friends direct messages, reply publically to the updates, and post questions, comments, pictures, and web links—all in real-time ([Reuben, 2008; YouTube, 2011](#)). Users’ profiles are usually public, which means that everyone has access to what users have tweeted or retweeted. In 2018, the number of Twitter’s registered users was over 800 million, with more than half of them twitting actively and more often than once a week. Various healthcare organizations have Twitter accounts, the largest number of followers – 311,325 – has a twitter account of Sangobion, an iron supplement with vitamins and minerals that increase red blood cell levels in the body. The other eight most popular healthcare twitter accounts belong to pharmaceutical companies, such as Novartis, Pfizer, Roche, GSK, Merck, AstraZeneca, and others. Research conducted in 2014, identified 355 million healthcare-related tweets posted during that year with 3,000 active healthcare-related hashtags<sup>9</sup>. Of the 3,371 hospitals in the US, 1,713 or 50.8 % have a Twitter account ([Gandolf, 2019](#)).

### **Instagram**

Instagram – a photo-sharing social networking service – was introduced in 2010. Instagram allows users to post and share their photos and short videos online and enhance these images through various editing filters. There is also an opportunity for posting texts and using hashtags, but not weblinks. Users can like posts, comment and send these images to individual friends or groups. In August 2016, Instagram released Instagram Stories platform. Stories allow users to

<sup>9</sup> A word or a phrase preceded by a hash sign (#) that is used by SNS to seek for messages and information on a specific topic.

upload photos and videos that would expire in 24 hours similar to Snapchat. As of 2019, there are an estimated one billion active Instagram users, with over 60 % of them logging in daily. Instagram images collect an estimated 3.5 billion likes daily. There are 105 million Instagram users in the U.S. (Gotter, 2019). In healthcare, Instagram is mostly used for healthcare marketing. Among other things, Instagram provides images that help to introduce facilities, doctors, promote contributions and fundraising, demystify places, and procedures (Patientpop, 2018; Gandlof, 2020).

### **Health 2.0**

Health 2.0 is a platform that was introduced sometimes in mid -2000s and combined elements of websites with SNSs. Health 2.0 includes telemedicine, electronic health records, home health monitoring, e-learning, and online medical publications; it also offers the ability to aggregate individual health information with the possibility of improving healthcare delivery, management, and outcomes. Patients have an opportunity to interact through message boards and blogs and can provide greater insights related to the information generated about them, their diagnoses and treatment. Medical professionals can provide peer-to-peer consultations and feedback (Fernandez-Luque, Bau, 2015; Hubner et al., 2019). Users of the Health 2.0 are also referred to as e-patients and are defined as citizens who “use the Internet as a health resource, studying up on their diseases, finding better treatment centers,... and increasingly serving as collaborators and advisors for their clinicians” (Thielst, 2010: 6).

Starting in 2005, many SNSs have been launched in the US and abroad, including Askbook, BEBO (Blog Early, Blog Often), Digg, Dropbox, Flickr, Friendfeed, Google+, Orkut, Pinterest, Reddit, Renren, Tumblr, Quora, Vevo, and VKontakte. Statistical analysis of members’ activities reveals that none of these listed sites enjoys the same size membership as the SNS discussed earlier, and their presence on the healthcare organization websites is not as significant (Curtis, 2013; Dugan, 2012).

## **3. Results**

### **Opportunities and benefits for the health administration field**

In healthcare, the use of SNS is multidimensional and complicated. On the one hand, it provides additional channels for patients-physicians communication, improves the dynamics of information sharing, empowering patients, and opens the channels for patients’ self-management and psychological support. It also brings in new research opportunities and provides ground for collecting high-quality, evidence-based data. On the other hand, the use of SNSs fosters a discussion about the validity of the SNS facts and opinions, of the effectiveness of patients’ self-management and patients’ noncompliance. It creates ground for exchanges related to the ethical aspect of SNS use in healthcare, and ultimately, of the effect, the use of SNS makes on the health outcomes. Those are just a few aspects of the controversy that surrounds the use of SNSs in healthcare. The focus of this review is narrowed down to a discussion about patients' and physicians' patterns of using SNS for obtaining and processing healthcare-related information and to the review of barriers, limitations, and information privacy.

### **Dialogues with Healthcare Consumers Healthcare Professionals**

The most common use of SNS by healthcare professionals includes information sharing and consultations with healthcare specialists through SNS groups. These communications are often conducted through closed Facebook groups that are created and managed by different healthcare and medical professionals (Rolls et al., 2016). The restricted membership of these types of Facebook groups allows for peer-consultation with a large variety of trusted, qualified, credentialed, and competent peers in real-time, often immediately. The healthcare professionals evaluate these SNS communities as valuable knowledge-sharing communication platforms where they feel comfortable obtaining and presenting clinically relevant, quality content, receiving immediate feedback and consultations, and engaging in collegiate discussions (Antheunis et al., 2013). These unique channels of communication provided by SNS often support healthcare professionals in reaching more informed and patient-centered decisions in a time-efficient manner.

Physicians are also more likely to post a question, ask for peers' advice and opinions, and engage in healthcare-related discussions in the professional, membership-driven and medical specialty related SNS groups. They are less likely to seek professional advice or feedback by the use of hashtags or SNS search tools; – actions that are more commonly used by the general public (Rolls et al., 2016). At the same time, physicians are more likely to use other professional SNS sites – Instagram, Twitter, – as well as general SNS features for personal purposes (Bosslet et al., 2011).

Healthcare administrators may use this information to encourage physicians to join professional healthcare groups available on Facebook.

### **Healthcare consumers**

Patients also tend to use online resources and SNS as a significant source of health-related information (Pew Research Center, 2018). One can find any health-related information on SNS instantaneously simply by using a hashtag. For instance, during flu season, it can be #flushot or #flu, which are similar. In comparison to traditional sources of information, SNSs are always at the palm of your hand and, therefore, offer immediate and easy access to real-time data, including official social media pages of healthcare organizations, such as the Facebook pages or Twitter accounts of Center for Disease Control or the World Health Organization. Patients are often members of Facebook groups or Quora communities; they participate in healthcare discussions there, can post questions and read other people's comments and answers. There is also healthcare-related information available in various blogs, YouTube videos, TikTok podcasts, and other SNS sites that can be used for gathering recommendations about doctors and health facilities, obtaining additional knowledge about chronic and acute health concerns, and receiving support related to different health conditions (Housen, 2013; Kotsenas et al., 2018).

Healthcare-related information available in SNS can influence patients' behavior and expeditiously alter it. One example of SNS influence on healthcare consumer behavior relates to a response to a social media campaign for STD testing. The promotional video posted on YouTube received more than 3.6 million views within ten weeks and Facebook paid advertisement brought around 80 thousand visits to a campaign landing page. These "visits" were often interactive and included asking questions, receiving answers from different people that presented a wide spectrum of opinions, commenting on other people opinions, comparing notes, and sharing links. The interactions were engaging and resembled an active dialogue in contrast to traditional dissemination of information by healthcare professionals and the reception of information by patients. Many healthcare professionals believe that consumers' growing involvement with SNS and a pro-active approach to gathering information offered by SNS, may lead to an increase in the use of SNS for patients' education and patients-physicians interactions, which can support the enhancement of participatory medicine and result in the improvement in patients' health outcomes (Galland et al., 2011).

### **Trackability of intents and patients outreach**

The majority of SNS has a build-in, unique capacity to track intents, behavioral patterns, and interests of their users. For instance, the research team of Golder, Wilkinson, and Huberman (2007) was able to analyze 362 million messages of 4 million Facebook users for insights into messaging information and "friending" activity—an immeasurably useful input for understanding patients' needs and behavior. This unprecedented "trackability" could assist healthcare professionals in strengthening their healthcare outreach efforts or in designing targeted health-behavior recommendations that can provide a fertile environment for health prevention or early intervention. Almost every SNS platform provides tools for tracking users' behavior. Twitter offers a tracking tool called TweetStats.com (2011) which presents a powerful opportunity for obtaining the number of not just tweets, but topical tweets per year, a month, or even per day, including those related to healthcare issues. For instance, this tracking tool can identify the months when vaccination tweets are at their peak. By considering this information, during a specific time-frame, healthcare educators and providers can focus their efforts on Twitter pages and write posts that dispel myths and encourage people to get vaccinated. The tracking tool also offers the option to view a percentage of replies per specific tweet, as well as the number of topical tweet followers (TweetStats, 2011), which can make the efforts of health educators to be more targeted and specific.

There are also tracking tools provided by Google and Yahoo, named Google or Yahoo Alert, that permit healthcare organizations to follow patients' activities. Among other things, these tools collect, analyze, and offer data regarding healthcare sites reviewed by patients, about patients' common areas of concerns, geographic locations, hobbies, health interests, health-related habits and behavior, and even parental involvement in children's health habits and behavioral patterns (google.com/alert). Instant awareness of healthcare-related behavior, of what is being said and viewed by the general public, allows health educators and other professionals to quickly and strategically react to issues, challenges, and opportunities. This almost unlimited ability of SNS to track users' activities and interests can assist health outreach specialists in strategizing and focusing their efforts. The health outreach specialists can engage in writing health-related blogs, dispelling

myths, engaging in dialogues, answering questions, and providing quality and more cost-efficient content tailored to the various SNS groups' geography, demographics, interests, and needs.

#### **Prevention and education through message tailoring**

Additionally, SNSs provide tools for reinforcing social media messages and delivering them to specific demographics and population groups. The traditional information sharing, such as health fairs, or dissemination of paperless and paper promotional materials, aims at too wide of an audience. It is also subjective to various obstructions, such as, for instance, spam filters that block mass emails and "tools like RSS that makes print and display advertising less effective" (Darrup-Boychuck, 2009, slide 59). In contrast, SNSs have no obstructions and can deliver their health messages, such as, for instance, advertisements related to vaccinations, encouragement to test for diseases, and anything else, to specific groups. As an example, Facebook provides the option of delivering content to specific locations, genders, age, and interest groups. Besides, there is also no cost differentiation between targeting different audiences, while the costs of traditional forms of information sharing can differ substantially based on the location, population density and a cost of living.

Another feature of SNS, its critical timeliness, allows for posting instantaneous updates, words of advice, links to scientific articles, and real-time responses to questions and concerns. In general, SNSs are a connection tool, similar to a real-live, face-to-face conversation. This unique timeliness of SNSs is even reflected in some of the SNS names. For example, Russia's most popular SNS is named VKontakte, which means "staying in contact".

### **4. Discussion**

#### **SNSs: Concerns and Barriers**

##### **Quality of content**

One of the biggest limitations of SNS is the quality of content. Sources of healthcare information posted on various SNS are often unknown, unreferenced, and incomplete because anyone can create an "official" account on Facebook, Twitter, and other SNSs and share any type of information with the users (Reuben, 2008; Walther et al., 2018). While evidence-based medicine warns against opinions and unverified content, SNS tend to rely on anecdotes. Besides, two of the SNS features, its interactive nature and a significant membership, can play a negative role, often quickly magnifying unreliable content (Moorhead et al., 2013). Similar concerns are connected with the content generated and shared in blogs and in comments to group posts and discussions. Negativity or fake information in contributor' commentaries can easily and instantly change readers' opinions about anything (Solis, 2008), including their perception of any healthcare provider or healthcare organization; it can negatively impact patients health behavior and distrust to healthcare providers.

Another concern shared by some healthcare professionals is the need to be on the same level in the SNS' proficiency as some of their patients, which, for some of the providers, involve a giant leap into the techno world. For instance, for many providers e-mail is still the primary source of connecting with peers and colleagues; however, "for young people, e-mail is how you communicate with elders informal situation, while social networks and SMS are the preferred methods of communication among peers" (Hayes et al., 2009: 110). Meanwhile, healthcare professionals are charged with many different duties and responsibilities. This professional involvement creates barriers to finding time to "rewire" themselves and become fluent in the "new languages," even if this fluency can help to reach out to larger audiences, dispel unreliable healthcare-related myths, and deliver more accurate content to health information consumers and patients.

##### **Privacy of information and limitations in available research.**

Presently, there are no established and uniformed federal, state, or professional policies that regulate the content of SNS messages, or the follow-up use of this information. There are also no clear policies for protecting users' confidentiality. The current SNS set-up places the task of information confidentiality with the participants, which should encourage participants to practice more caution while sharing information and exhibit more vigilance in their comments and SNS dialogues. Healthcare professionals are protective of patients confidentiality and consider interactions with patients on SNS to be unethical and a violation of fiduciary duties; they are "doubtful that such interactions could occur without compromising patient confidentiality" (Bosslet et al., 2011: 1172). They are also cognizant of the fact that patients are often initiating such patients-physicians interactions on SNS. To support healthcare professionals, the American Medical Association (AMA) has issued a statement named "Professionalism in the use of social media" (AMA, 2010). The statement provides guidance regarding creating and maintaining

boundaries with patients' interactions on SNS and discusses potentials consequences for crossing these boundaries and the healthcare professionals' responsibilities for reporting unprofessional online behavior.

Another significant barrier is quick evolution of SNS, the evolution that surpasses the corresponding research. Currently, the majority of information is available through secondary sources, such as blogs, Internet discussions, forums, and various sites, but more primary contemporary scientific articles are needed. Besides, research literature that is more than a year old is in danger of sounding obsolete. In order to optimize the use of SNSs, fluency in the SNS' features and content is required, as well as continues research about the SNS behavior of the healthcare professionals and consumers.

## 5. Recommendations and conclusion

The results of this research could be of practical use to healthcare administrators, managers and other health professionals. Practitioners could create and maintain healthcare professional groups on Facebook or LinkedIn. The information furnished by these group members can assist in care delivery improvements by answering to inquiries, sharing of experiences and "lessons learned". It can also strengthen opportunities for professional recruitment. Healthcare organizations could use SNS to generate consistent and meaningful health education content and better engage with patients. The well-developed and consistently implemented content could be instrumental in facilitating positive changes in patients' behavior, in helping them gain health education capital, and strengthening trust and relationships with providers.

As SNSs continue gaining popularity, it also could be helpful to update healthcare organizations materials to include SNSs as one of the reference choices. Additionally, meaningful information and conversations on various SNS platforms with trustworthy individuals to whom patients can relate could bring more patience to facilities. We realize that this study is limited in its generalizability, but its rich content opens opportunity for future research.

## References

- [Antheunis et al., 2013](#) – *Antheunis, M., Tate, K., Nieboer, T.* (2013). Patients' and health professionals' use of social media in health care: motives, barriers, and expectations. *Patient Education and Counseling*. (3): 426-431. DOI: 10.1016/j.pec.2013.06.020
- [Bianchi, 2011](#) – *Bianchi, L.* (2011, January 31). The history of social networking [Web post]. [Electronic resource]. URL: [www.viralblog.com/research-cases/the-history-of-social-networking/](http://www.viralblog.com/research-cases/the-history-of-social-networking/)
- [Bosslet et al., 2011](#) – *Bosslet, G., Torke, A., Hickman, S., Terry, C., Helft, P.* (2011). The patient-doctor relationship and online social networks: Results of a national survey. *Journal of General Internal Medicine*. 26. 1168-74. DOI: 10.1007/s11606-011-1761-2
- [Boyd, Ellison, 2007](#) – *Boyd, D.M., Ellison, N.B.* (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13(1): 210-230. DOI: 10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x
- [Chauhan et al., 2012](#) – *Chauhan, B., George, R., Coffin, J.* (2012). Social media and you: what every physician needs to know. *Journal of Medical Practice Management*. 29(3): 206-209.
- [Coyle, Vaughn, 2008](#) – *Coyle, C.L., Vaughn, H.* (2008). Social networking: Communication revolution or evolution. *Bell Labs Technical Journal*. 13(2): 13-17. DOI: 10.1002/bltj.20298
- [Curtis, 2013](#) – *Curtis, A.* (2013). The brief history of social media. Retrieved from [Electronic resource]. URL: <http://www.uncp.edu/home/acurtis/NewMedia/SocialMedia/SocialMediaHistory.html>
- [Darrup-Boychuck, 2009](#) – *Darrup-Boychuck, C.* (2009). Measuring return on investment in international student recruitment. Innovative Educators Webinar. [Electronic resource]. URL: <http://www.usjournal.com/en/educators/erecruit/09/IEMroi.ppt>
- [Davis et al., 2012](#) – *Davis, III., C.H.F., Dail-Amen, R., Rions-Aguila, C., Canche, M.* (2012). Social Media in Higher Education: A literature review and research directions. The Center for the Study of Higher Education at the University of Arizona and Claremont Graduate University. [Electronic resource]. URL: <http://hfdavis.com/research-reports/>
- [Driver, 2018](#) – *Driver, S.* (2018, October 7). Keep it clean: Social media screening gain in popularity. Business News Daily. [Electronic resource]. URL: <http://www.businessnewsdaily.com/2377-social-media-hiring.html>
- [Facebook, 2011](#) – Facebook. (2011). Statistics. [Electronic resource]. URL: <http://www.facebook.com/press/info.php?statistics>

**Fernandez-Luque, Bau, 2015** – Fernandez-Luque, L., Bau, T. (2015). Health and social media: Perfect storm and information. *Health Information Research*. 21(2): 67-73. DOI: 10.4258/hir.2015.21.2.67

**Gallant, 2019** – Gallant, J. (2019). 48 eye-opening LinkedIn statistics for B2B marketers in 2019. [Electronic resource]. URL: <https://foundationinc.co/lab/b2b-marketing-linkedin-stats/>

**Gandolf, 2019** – Gandolf, S. (2019). Nearly all US hospitals use social media. Now what? Healthcare Success. [Electronic resource]. URL: <https://www.healthcaresuccess.com/blog/hospital-marketing/nearly-us-hospitals-use-social-media-now.html>

**Golder et al., 2007** – Golder, S.A., Wilkinson, D., Huberman, B.A. (2007). Rhythms of social interaction: Messaging within a massive online network. In C. Steinfield, B. Pentland, M. Ackerman, N. Contractor (Eds.). *Proceedings of Third International Conference on Communities and Technologies* (pp. 41-66). London: Springer.

**Grindrod et al., 2014** – Grindrod, K., Forgone, A., Tsuyuki, R.T., Gavura, S., Giustini, D. (2014). Pharmacy 2.0: a scoping review of social media use in pharmacy. *Research in Social and Administrative Pharmacy*. 10(1): 256-70. [Electronic resource]. URL: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC4103576/>

**Housen, 2013** – Housen, M. (2013). The use of social media in healthcare: organizational, clinical, and patient perspectives. In K. Courtney (Eds.), *Enabling health and healthcare through ICT* (p.p. 183-244). IOS Press.

**Hubner et al., 2019** – Hubner, U., Thye, J., Shaw, T., Elias, B., Egbert, N., Saranto, K., Babitsch, B., Procter, P., Ball, M. (2019). Toward the TIGER International Framework for Recommendations of core competencies in health informatics 2.0: Extending the scope and the roles. *Studies in Health Technology and Informatics*. 264: 1218-1222.

**Kotsenas et al., 2018** – Kotsenas, A., Arce, M., Aase, L., Timimi, F., Uoung, C., Wald, J. (2018). The Strategic Imperative for the use of social media in healthcare. *Journal of the American College of Radiology*. 15(1): 155-161. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jacr.2017.09.027>

**Noyes, 2018** – Noyes, D. (2018). The top 20 valuable Facebook statistics- Updated February 2018. [Electronic resource]. URL: <https://zephoria.com/top-15-valuable-facebook-statistics/>  
Patientpop (August, 2018). Instagram 101: Practice marketing tips for healthcare providers. URL: <http://patientpop.com/blog/instagram-healthcare-providers/>

**Pew Research Center, 2018** – Pew Research Center. (2018). Social Media Use in 2018. [Electronic resource]. URL: <https://www.pewinternet.org/2018/03/01/social-media-use-in-2018/>

**Rolls, 2016** – Rolls, K., Hansen, M., Jackson, D., Elliott, D. (2016). How Health Care Professionals Use Social Media to Create Virtual Communities: An Integrative Review. *Journal of medical Internet research*. 18(6): e166. DOI: 10.2196/jmir.5312

**Santiago, 2018** – Santiago, A.C. (2018). LinkedIn for Healthcare Industry Job Search and Networking. [Electronic resource]. URL: <https://www.verywellhealth.com/linkedin-for-healthcare-jobs-1736314>

**ScottElkin, 2011** – ScottElkin (2011). MySpace statistics. [Electronic resource]. URL: <http://scottelkin.com/programming/aspnet-20/myspace-statistics/>

**Similarweb.com, 2019** – Similarweb.com (2019). Digital intelligence to power better decision making. [Electronic resource]. URL: <https://www.similarweb.com/corp/solution/research/>

**Smart Insights, 2017** – Smart Insights (2017). Global social media research summary 2017. Available at <http://www.telegraph.co.uk/technology/2015/12/14/the-ten-most-popular-instagram-accounts-in-pictures/>

**Smith, 2019** – Smith, K. (January 4, 2019). 46 fascinating and incredible YouTube statistics. Brandwatch.

**Thielst, 2010** – Thielst, C. (2010). Social media in healthcare. Connect, Communicate, Collaborate. Chicago: Health Administration Press.

**Walther et al., 2018** – Walther, J., Jang, J., Edwards, H. (2018). Evaluating health advice in a Web 2.0 environment: The impact of multiple user-generated factors on HIV advice preceptions. *Health Communication*. 33(1): 57-67.

УДК 33

## Использование социальных сетей в управлении здравоохранением: возможности и перспективы

Наталья Игоревна Рехтер<sup>a</sup>, Татьяна Юрьевна Анопченко<sup>b, \*</sup>

<sup>a</sup> Губернаторский государственный университет, США

<sup>b</sup> Смоленский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** Статья описывает историю и эволюцию основных социальных сетей – Facebook, Youtube, Instagram, Twitter, Blogging, Health 2.0 – и анализирует приложения каждой социальной сети в области организации и управления здравоохранения. Применение социальных сетей в здравоохранении обширно и многогранно, а потому статья фокусируется на одной сфере здравоохранения-управления. Основное внимание уделяется анализу использования социальных сетей пациентами и врачами; первыми – для получения информации, связанной с их здоровьем и вторыми – для использования социальных сетей в работе с пациентами. Среди уникальных функций социальных сетей, применимых к управлению здравоохранением, можно назвать отслеживание намерений пациентов, возможность раннего медицинского вмешательства, своевременность связей между пациентом и медицинским персоналом, а также персонализацию образовательных сообщений. Ограничения и проблемы социальных сетей включают потерю контроля над контентом, отсутствие правил, регулирующих содержание сообщений и блогов, а также недостаточность научных исследований по данной тематике. По мере того, как социальные сети продолжают набирать популярность, понимание их сильных сторон, ограничений и регулирующих механизмов может сыграть важную роль в проведении эффективных мероприятий по охране здоровья и укреплении каналов связи между медицинским персоналом и пациентами.

**Ключевые слова:** социальные сети, сайты социальных сетей, социальные сети и здравоохранение, социальные сети и пациенты, социальные сети и медицинские работники, Facebook, Instagram, Twitter и медицинское образование, социальные сети и управление здравоохранением.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [davidova@mail.ru](mailto:davidova@mail.ru) (Т.Ю. Анопченко)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 393-409

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 338.48

## Development of Gastronomic Tourism as a Factor in Increasing Tourist Flow to the Destination

Nadezhda K. Serdyukova <sup>a,\*</sup>, Valentina P. Kalinina <sup>a</sup>, Dmitriy A. Serdyukov <sup>a</sup>

<sup>a</sup> Sochi State University, Russian Federation

### Abstract

This article presents the results of a study of the gastronomic tourism market in Russia. The authors investigate the conceptual apparatus and modern trends in the development of gastronomic tourism, its features, classification. Tourist resources have been allocated for the development of gastronomic tourism in the south of Russia. On the basis of a survey of consumers, the authors analyze the portrait of a consumer in the gastronomic tourism market, preferences for destinations, services and services as part of a gastronomic tour product, draw conclusions about the competitive duration, structure and price of a gastronomic tour. As a result, the authors propose an organizational and technological model for the development of gastronomic tourism, determine the stakeholders of gastronomic tourism projects, their goals, objectives and the basis for interaction as a result of the project. The study used the method of sociological survey, SWOT analysis, PEST analysis, systematic approach, modeling, method of graphic interpretation of data. As a result, the authors come to the conclusion that with an integrated approach to the design and development of gastronomic tourism in the region, the latter can be an important factor for increasing tourist flow to the destination. In the context of the coronavirus pandemic and closed borders, gastronomic tourism can serve as a factor in increasing the attractiveness of Russian destinations in the domestic tourism market, increasing tourist flow and tax revenues.

**Keywords:** gastronomic tourism, tourist destination, tourist flow, national tourism.

### 1. Введение

В последние годы сформировались новые тренды потребительских предпочтений в туризме, связанные с персонализацией турпродукта и стремлением современного путешественника получить в поездке уникальный опыт, познать жизнь местного сообщества, его обычаи, традиции, в том числе кулинарные. Гастрономический туризм отвечает современным тенденциям развития спроса как вид путешествий, в которых турист познает страны, регионы и народы через их кухню, приобретает уникальный опыт.

Для традиционных дестинаций, как, например, Краснодарский край или Крым, гастрономический туризм является направлением диверсификации туристского продукта, способом развития attractiveness и привлечения повторных поездок, в том числе в межсезонный период.

Пандемия коронавируса внесла свои коррективы в динамику международных путешествий. Закрытые границы создали условия для роста спроса на рынке внутреннего туризма. Поэтому в современных реалиях тема исследования является актуальной для

\* Corresponding author

E-mail addresses: [nserdyukova@sutr.ru](mailto:nserdyukova@sutr.ru) (N.K. Serdyukova), [kafedrautts@gmail.com](mailto:kafedrautts@gmail.com) (V.P. Kalinina), [serdyukov@sutr.ru](mailto:serdyukov@sutr.ru) (D.A. Serdyukov)

дестинаций России в силу роста спроса на внутренний туризм и как фактор повышения конкурентоспособности российских дестинаций. Гастрономический туризм – направление, которое позволит объединить культурно-познавательный, сельский и рекреационный туризм на основе формирования тематических или комбинированных турпродуктов, интересных современному потребителю. По статистике, около 40 % туристов называют желание познакомиться с национальной кухней главным мотивом путешествия, и тратят более 30 % своего туристского бюджета именно на гастрономические удовольствия.

## 2. Материалы и методы

Основные положения и результаты настоящей статьи основаны на исследовании авторами гастрономического туризма в 2019-2020 году. В качестве информационной базы использованы данные туроператоров, статистические данные Ростуризма, Росстата и органов статистики Краснодарского края, результаты опроса туристов. Методы исследования, обеспечившие достоверность результатов работы: анализ и синтез, социологический опрос, статистический анализ, метод экспертных оценок, SWAT-анализ, PEST-анализ, контент-анализ, метод графической интерпретации данных, метод «бенчмаркинга».

## 3. Обсуждение

В настоящее время в России создана достаточно обширная и серьезная теоретическая база исследования и управления туризмом, заметную роль в формировании которой сыграли такие ученые, как М.М. Амирханов, И.В. Зорин, Н.И. Кабушкин, Г.В.С. Сенин, А.Д. Чудновский, Г.А. Карпова, Г.М. Романова, А.М. Ветитнев, Г.А. Гомилевская и др. Вопросы формирования и продвижения турпродукта исследуются в работах А.С. Быстрова, Н.Ю. Веселовой, Т.С. Ждановой, А.М. Ветитнева, Н.Н. Гировка, Н.К. Сердюковой и др. Анализ туристского потенциала Краснодарского края и Сочи исследуются в работах Г.М. Романовой, Н.К. Сердюковой, А.М. Ветитнева, В.П. Казачинского, Т.П. Левченко, В.Н. Шарафутдинова и др. (Ветитнев и др., 2015; Ветитнев и др., 2015; Вартанян, Сердюкова, 2016; Романова и др., 2014). Вопросы развития гастрономического туризма в мире и в России нашли свое отражение в научных работах А.А. Генераловой, Е.Д. Буценко, В.А. Юрьевой, В.О. Сычевой, Н.Е. Нехаевой, А.А. Линьковой, Е.Д. Буценко, Р. Скорого и др. (Генералова, 2018; Буценко, 2015; Юрьева, 2016; Линькова, Максименко, 2016; Сычева, Шпенькова, 2016; Нехаева, Терехова, 2016; Скорый, 2018)

Научный и практический интерес к развитию гастрономического туризма формируется, в научной литературе и публикациях данная тема представлена недостаточно и требует разработки теоретических и прикладных аспектов развития гастрономического туризма.

Объектом исследования является гастрономический туризм и его потенциал для роста турпотока в дестинацию.

Предметом исследования являются процессы формирования и продвижения турпродукта гастрономического туризма и взаимодействие стейкхолдеров проектов развития гастрономического туризма.

Гастрономический туризм как самостоятельное направление туризма стал развиваться относительно недавно. Существует несколько дефиниций, позволяющих относить поездки к данному виду туризма.

В специальной литературе встречаются такие понятия, как: «culinary tourism» – «кулинарный туризм», «food tourism» – «продовольственный туризм», «gastronomic tourism» – гастрономический туризм. Продовольственный, дегустационный, кулинарный, пищевой, винный, пивной и др. – это все разновидности гастрономического туризма.

Впервые термин «culinary tourism» был введен в обращение в 1998 г. доцентом кафедры народной культуры в Университете Bowling Green, штат Огайо (США) Л. Лонгом для выражения идеи о том, что люди познают другие культуры через местную пищу (Юрьева, 2016: 138-140).

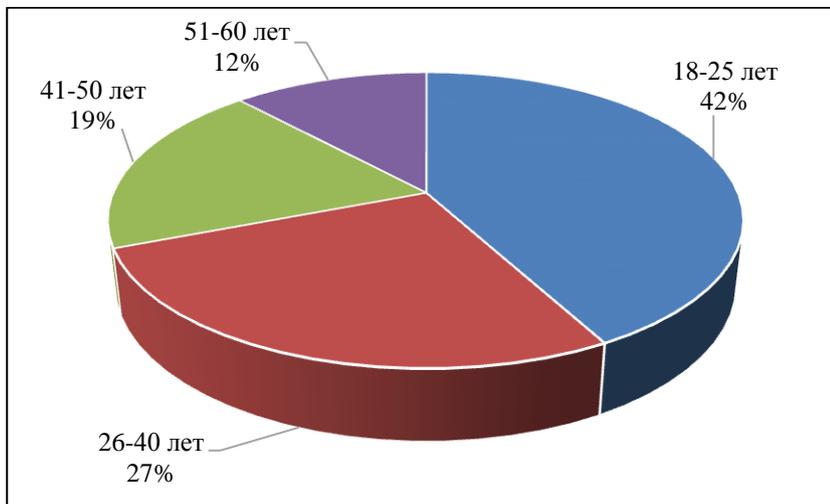
Гастрономический туризм – туризм, когда туристы и посетители, которые планируют частично или полностью попробовать кухню определенной местности или осуществить мероприятия, связанные с гастрономией, посещают определенные дестинации (Линькова, Максименко, 2016: 188).

Другими словами, гастрономический туризм – поездка с целью ознакомления с национальной кухней страны, особенностями производства и приготовления продуктов и блюд, а также обучение и повышение уровня профессиональных знаний. Сегодня именно гастрономический туризм стал одной из самых быстроразвивающихся инновационных сфер туризма (Сычева, Шпенькова, 2016: 126).

Гастротуризм представляет собой синтез экологии, гастрономии и производства, активно привлекая как зарубежных, так и российских туристов, помогает узнать традиции регионов России, познакомиться с местным населением и разрушить стереотипы о стране. В России проживает 192 народности, на её территории представлено обширное разнообразие национальных блюд и продуктов, интересных всем туристам, желающим получить новые впечатления и ближе познакомиться со страной. По оценкам экспертов в 2016 году рынок гастрономического туризма в России рос в 2 раза быстрее в целом внутреннего туризма (Пашинина, 2017).

В целях определения потребительских предпочтений на рынке гастрономического туризма был проведен интернет-опрос, в котором приняли участие 152 респондента.

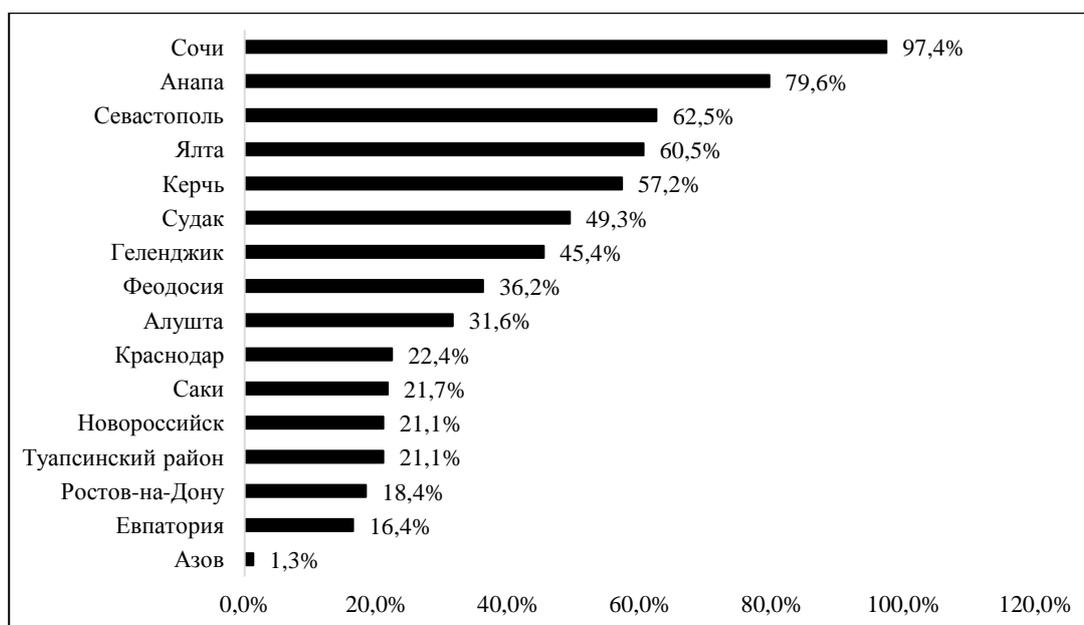
69 % опрошенных возрастной группы от 18 до 40 лет, активно путешествующие по России и за рубеж. В опросе приняли участие жители Сочи, Краснодара, Москвы, Санкт-Петербурга, Ростова-на-Дону, Самары, Волгограда, Нижнего Новгорода (Рисунок 1).



**Рис. 1.** Распределение респондентов по возрасту, в процентах к итогу  
Источник: составлено авторами

Все участники опроса посещали российский юг. Ниже приведены данные о посещении участниками опроса городов юга России (множественный вариант ответа). Топ-5 посещаемых дестинаций: Сочи, Анапа, Севастополь, Ялта, Керчь (Рисунок 2).

По целям поездки распределение респондентов оказалось следующим (Таблица 1).



**Рис. 2.** Посещение респондентами городов юга России, в процентах к числу опрошенных  
Источник: составлено авторами

**Таблица 1.** Цели поездки на юг России по результатам опроса

Цель поездки	Количество респондентов	Доля от числа опрошенных, %
Отдых	135	88,8
Экскурсии	102	67,1
Деловая поездка	81	53,3
Лечение в санатории	72	47,4
Посещение родственников	71	46,7
Горные лыжи	65	42,8
Посещение события	48	31,6
Спортивные соревнования (сборы)	26	17,1
Гастрономический туризм	3	2,0

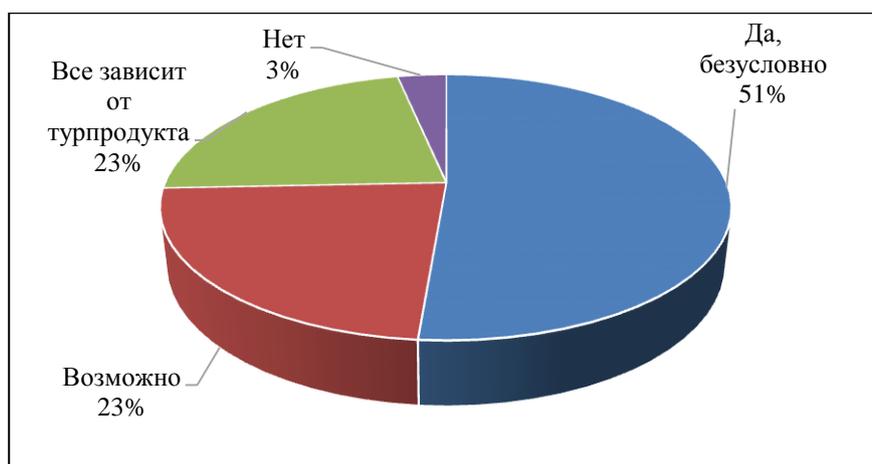
Источник: составлено авторами

Самый популярный ответ – отдых, его выбрали почти 90 % опрошенных, при этом 67 % сочетали отдых с экскурсиями или это было их основной целью. Гастрономический тур в качестве основной цели поездки указали всего 3 респондента. То есть пока данный вид туризма не является основным на юге России. Также 142 респондента, или 93 % участников, ответили, что посещали экскурсии во время поездки на юг России.

Из числа участников опроса, которые совершали экскурсии во время поездок на юг России, половина решили приобрести экскурсию на месте, 35 % планировали экскурсии до начала путешествия, у 12 % экскурсия входила в турпакет. Поэтому экскурсионные гастрономические туры по югу России отвечают потребностям туристов в экскурсионных услугах и могут быть привлекательны для путешественников, которые привыкли заранее планировать программу отдыха.

На вопрос о привлекательности гастрономического тура по югу России 97 % опрошенных сочли его привлекательным в той или иной степени, при этом 51 % респондентов считают привлекательным безусловно (**Рисунок 3**).

Распределение интереса туристов к посещению городов юга России с экскурсионными целями оказалось следующим (**Таблица 2**).



**Рис. 3.** Привлекательность гастрономического туризма на юге России по итогам опроса, в процентах к числу опрошенных  
Источник: составлено авторами

Самыми привлекательными дестинациями юга России с экскурсионными целями являются Севастополь, Ялта и Сочи. Многие дестинации из топ-16 включают объекты федерального проекта «Золотое кольцо Боспорского царства».

**Таблица 2.** Города, которые хотели бы посетить туристы в поездке по югу России

Города	Количество респондентов	Доля от числа опрошенных, %
Севастополь	142	93,4
Ялта	131	86,2
Сочи	112	73,7
Керчь	88	57,9
Судак	78	51,3
Феодосия	69	45,4
Алушта	65	42,8
Новороссийск	58	38,2
Геленджик	51	33,6
Анапа	48	31,6
Ростов-на-Дону	48	31,6
Краснодар	45	29,6
Азов	38	25,0
Туапсинский район	28	18,4
Евпатория	23	15,1
Саки	18	11,8

Источник: составлено авторами

Среди объектов, которые бы респонденты хотели посетить в программе гастрономического тура, самыми популярными являются исторические объекты, их хотят посетить 86,8 % респондентов, на втором месте – природные объекты (82,2 %), на третьем месте винодельни, их хотели бы посетить 75,7 % участников опроса, на четвертом – агрофермы (58,6 %) (Рисунок 4).

Наиболее востребованной услугой в составе гастрономического тура, по мнению почти 90 % опрошенных, является обед (ужин) в местных кулинарных традициях. Также большой интерес вызывают кулинарные шоу, в них хотели бы принять участие 82 % респондентов, дегустации интересны 67 % участников опроса (Рисунок 5).

Участники опроса, в основном, путешествуют 1 раз в год (72 % респондентов), 16 % совершают туристские поездки более 1 раза в год и 12 % путешествуют менее 1 раза в год. Средняя продолжительность поездки по результатам опроса 7 дней. Среди направлений поездок большая часть респондентов указали Краснодарский край (86 %) и Крым (63 %), в Европу путешествовали 31 % опрошенных, в Азию – 18 %, в страны СНГ выезжали 41 % участников опроса.



**Рис. 4.** Привлекательность объектов показа в гастрономическом туре по итогам опроса, в процентах к числу опрошенных  
Источник: составлено авторами



**Рис. 5.** Интерес респондентов к услугам и активностям в гастрономическом туре по итогам опроса, в процентах к числу опрошенных  
Источник: составлено авторами

На вопрос «Были вы когда-нибудь в гастрономическом туре?» утвердительно ответили 5 % респондентов, указав при этом направления Франция, Италия. 86 % участников опроса хотели бы совершить гастрономический тур, при этом 52 % в качестве предполагаемого направления назвали регионы юга России – Черноморское побережье, Краснодарский край, Республику Крым, Тамань, Кавказ.

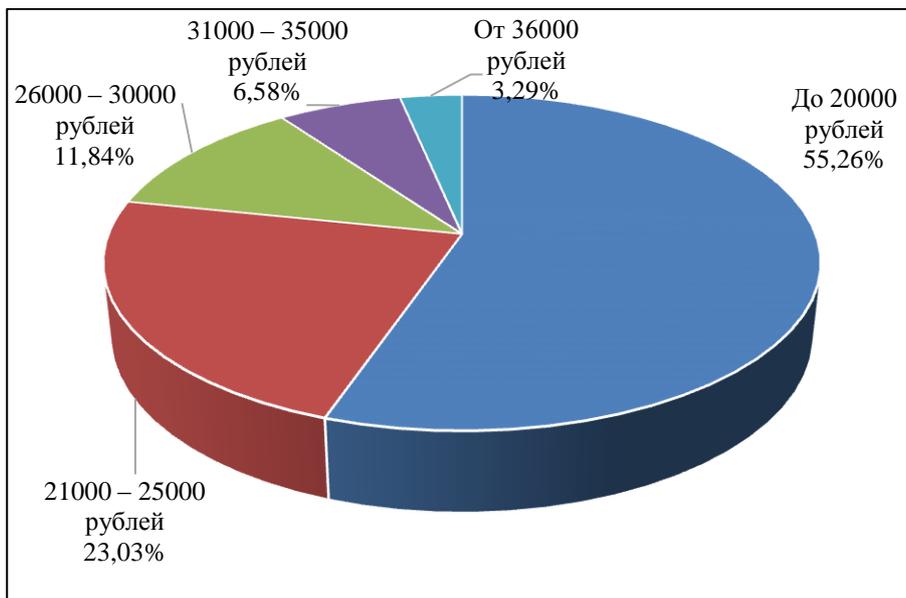
При проведении опроса важно было выяснить потребительские предпочтения на рынке гастрономического туризма по продолжительности тура и по оптимальной цене для клиентов. Здесь были получены следующие результаты. В вопросах о продолжительности и цене возможен был единственный вариант ответа. Самыми популярными вариантами продолжительности гастрономических туров по результатам опроса стали 3 дня/2 ночи, такой вариант ответа выбрали 33,6 % респондентов и 5 дней/4 ночи (18,4 %). Фактически в настоящее время гастрономический тур по югу России больше ассоциируется в глазах потребителей с туром выходного дня или в качестве дополнения к основной программе отдыха, например, рекреационного, лечебно-оздоровительного или круизного (Таблица 3).

**Таблица 3.** Привлекательная продолжительность гастрономического тура по югу России по результатам опроса

Продолжительность тура	Количество респондентов	Доля от числа опрошенных, %
8 дней / 7 ночей	18	11,8
7 дней / 6 ночей	10	6,6
6 дней / 5 ночей	26	17,1
5 дней / 4 ночи	28	18,4
4 дня / 3 ночи	19	12,5
3 дня / 2 ночи	51	33,6

Источник: составлено авторами

Платежеспособный спрос на рынке гастрономического туризма иллюстрируется результатами ответа на вопрос о привлекательной цене гастрономического турпродукта (Рисунок 6).



**Рис. 6.** Привлекательная цена гастрономического турпродукта по югу России по результатам опроса, в процентах к числу опрошенных

Источник: составлено авторами

Большее половины респондентов считают привлекательной цену тура менее 20 тыс. рублей на 1 человека. Очевидно, что такой уровень цены коррелирует с выбранной большинством продолжительностью 3 дня/2 ночи. 23 % респондентов считают привлекательной цену гастронотура в диапазоне 20-25 тыс. рублей на 1 человека.

#### 4. Результаты

По итогам исследования рынка и опроса потребителей был проведен SWOT-анализ гастрономического туризма на юге России (Таблица 4).

Интерес к гастрономическому туризму растет вместе с усилением тренда к индивидуализации и персонификации туристских путешествий и стремлением путешественников к получению аутентичного опыта во время поездки. Спрос на гастрономические путешествия внутри России формируется, в том числе, под влиянием растущего интереса к истории и культуре своей страны на фоне закрытых границ, кризисных явлений и определенной дискредитации модели всеобщей глобализации.

**Таблица 4.** SWOT-анализ гастрономического туризма на юге России

Сильные стороны	Слабые стороны
<ul style="list-style-type: none"> <li>- уникальный природно-экологический потенциал для развития с/х;</li> <li>- близость объектов показа природной, историко-культурной, этнографической направленности;</li> <li>- доступная цена большинства гастрономических туров и экскурсий;</li> <li>- положительное влияние на моральное и физическое здоровье туристов;</li> <li>- продвижение здорового образа жизни и традиций местного населения;</li> <li>- многонациональность и разнообразие гастрономических традиций;</li> <li>- безопасность на маршруте;</li> <li>- возможность онлайн бронирования маршрутов;</li> <li>- наличие действующей туристско-рекреационной инфраструктуры;</li> <li>- доступная цена гастрономического турпродукта для целевых международных рынков, обусловленная курсом рубля по отношению к ведущим мировым валютам.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- недостаточно развитая инфраструктура гастрономического туризма, в том числе для людей с ограниченными возможностями;</li> <li>- недостаточная вовлеченность федеральных, региональных и местных туроператоров в развитие и продвижение гастрономического туризма;</li> <li>- недостаточное количество актуальной информации о гастрономическом туризме на юге России в открытых источниках;</li> <li>- отсутствие единой базы гастрономического туристского продукта по югу России, в частности, по Краснодарскому краю с достоверной и полной информацией;</li> <li>- недостаточное информирование местных жителей о важности сохранения кулинарных традиций;</li> <li>- отсутствие специализированных программ подготовки специалистов по гастрономическому туризму и отдельным его направлениям;</li> <li>- отсутствие механизма и технологии взаимодействия заинтересованных сторон при разработке и реализации проектов гастрономического туризма.</li> </ul>
Возможности	Угрозы
<ul style="list-style-type: none"> <li>- рост спроса на рынке внутреннего туризма в условиях закрытых границ и ограничений из-за пандемии коронавируса;</li> <li>- разработка новых маршрутов; включение программ гастро-туров в федеральный проект «Золотое кольцо Боспорского царства»;</li> <li>- использование локальных продуктов для формирования гастрономических туров; использование инновационных технологий в продвижении гастрономического турпродукта;</li> <li>- улучшение качества инфраструктуры гастрономического туризма; создание Центра гастрономического туризма;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- последствия пандемии коронавируса из-за введения системы ограничений; экономический кризис, вызванные последствиями пандемии;</li> <li>- боязнь групповых путешествий, ограничение числа туристов в группе в условиях пандемии;</li> <li>- появление альтернативных предложений конкурентов;</li> <li>- снижение общего уровня покупательской способности;</li> <li>- ухудшение экологии;</li> <li>- ухудшение качества товаров и услуг, как результат экономического кризиса;</li> <li>- природные катаклизмы и стихийные бедствия;</li> <li>- политическая нестабильность.</li> </ul>

<p>- проведение гастрономических фестивалей и праздников; выход на целевые международные рынки; привлечение инвестиций на развитие гастрономического туризма; - продвижение локальных гастрономических брендов и продуктов, развитие аграрного сектора, виноградарства, виноделия и фермерства</p>	
--	--

Источник: составлено авторами

Также немаловажным является и рост интереса к здоровому образу жизни, что невозможно без здорового питания. Отсюда популярность экоферм, проектов крафтового производства продуктов питания и напитков. Краснодарский край, Крым и другие регионы юга России, являясь крупнейшей туристской дестинацией России, при этом являются и традиционным аграрным регионом, житницей России, где аграрные и кулинарные традиции уходят корнями в далекое прошлое и составляют важную часть российской национальной гастрономической культуры и наследия.

Поэтому Краснодарский край, Крым и другие традиционные туристские дестинации юга России с определенной сложившейся на рынке направленностью спроса, могут быть заинтересованы в развитии гастрономического туризма как нового интереса и новой цели путешествий, которые способны привлечь новых потребителей, увеличить количество повторных визитов и, в конечном итоге, нарастить турпоток. Регионы, которые активно развивают туризм на юге России, например, Ростовская область, могут использовать гастрономический туризм в качестве фактора повышения туристской привлекательности на внутреннем рынке туризма.

Проведем PEST-анализ юга России как дестинации гастрономического туризма (Таблица 5). Среди главных преимуществ юга России как дестинации гастрономического туризма – наличие гастрономических и аграрных традиций, уходящих корнями в далекое прошлое в сочетании с богатыми и разнообразными туристскими ресурсами и удобной логистикой, на основе которых возможно формирование конкурентоспособного гастрономического турпродукта.

На основе теоретических подходов и понятийного аппарата гастрономического туризма выделены виды гастрономического туризма, развитие которых будет актуально для формирования конкурентоспособных гастрономических турпродуктов на юге России (Таблица 6).

**Таблица 5.** PEST-анализ юга России как дестинации гастрономического туризма

Факторы
Политические
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Стратегия развития туризма в России на период до 2035 г. определяет приоритетность развития внутреннего и въездного туризма и повышение его доступности и основные целевые показатели его развития. Это создает предпосылки для проектирования развития туризма в регионе и формирования конкурентоспособного турпродукта.</li> <li>2. В Законах «О туристской деятельности в Краснодарском крае» и «О туристской деятельности в Республике Крым» туристская деятельность определена приоритетным направлением социально-экономического развития региона.</li> <li>3. В Краснодарском крае в списке приоритетных видов туризма выделен аграрный туризм, что создает благоприятные условия для развития инфраструктуры и объектов, которые могут включаться в программы гастрономических туров.</li> <li>4. В Законе «О туристской деятельности в Республике Крым» определены такие виды туризма как аграрный туризм, винный туризм, сельский туризм, развитие которые формирует инфраструктурную и ресурсную базу для формирования гастрономического турпродукта.</li> <li>5. Введение электронных виз для въезда в Российскую Федерацию для иностранных туристов с 01.01.2021 г. с приоритетных международных рынков создает благоприятные условия для увеличения международного турпотока в регионы юга России.</li> </ol>

6. В условиях пандемии коронавируса и закрытых границы формируется условия роста спроса на рынке внутреннего туризма, где дестинации юга России традиционно пользуются высоким спросом у потенциальных потребителей.

#### **Экономические**

1. В Краснодарском крае благодаря проведению Олимпийских и Паралимпийских Зимних игр 2014 года в Сочи, Чемпионата мира по футболу ФИФА 2018, этапов Гран При России Формула 1 создана современная инфраструктура, включая большое количество гостиничных номеров различных категорий.

2. В условиях импортозамещения производство сельскохозяйственной продукции, продуктов питания на юге России растет быстрыми темпами, что создает условия для развития современных объектов аграрного, сельского и винного туризма.

3. Развитие виноградарства и виноделия в Краснодарском крае, Крыму, Ростовской области создает благоприятные условия для развития эногастрономического туризма на юге России.

4. Высокая инвестиционная привлекательность проектов в сфере туризма и гостеприимства в Краснодарском крае.

5. В экономических условиях низкого курса рубля по отношению к основным мировым валютам цены на услуги размещения, питания и дополнительные услуги позволяют формировать привлекательный по цене гастрономический турпродукт для целевых международных рынков.

6. Выгодное географическое положение Краснодарского края, Крыма и юга России относительно целевых внутренних и международных рынков с точки зрения организации логистики, наличие международных аэропортов в ключевых регионах, железнодорожного сообщения, круизного сообщения (река-море).

7. Завершение строительства Крымского моста и запуск автомобильного и железнодорожного пассажирского сообщения создает условия для формирования интегрированных межрегиональных гастрономических турпродуктов с удобной логистикой.

8. Существующие экономические факторы создают хорошие условия для активного продвижения гастрономического туризма на юге России и реализации проектов, в том числе, на основе государственно-частного партнерства.

9. Продвижение и реализация проектов гастрономического туризма позволит увеличить турпоток в регионы юга России за счет новых потребителей, генерирующих спрос на услуги в смежных отраслях, что позволит увеличить валовой региональный продукт и налоговые поступления.

#### **Социальные**

1. Наличие подготовленных кадров для сферы туризма и рекреации и спрос на услуги специалистов по гастрономическому и эногастрономическому туризму узкой направленности.

2. Наличие на юге России образовательных учреждений высшего и среднего профессионального образования, реализующих программы основного и дополнительного профессионального образования в области туризма и гостеприимства.

3. Создание новых рабочих мест в сфере туризма и смежных отраслях постоянного и сезонного типа.

#### **Технологические**

1. Благодаря проведению крупных событий мирового масштаба на юге России сформирован технологический пакет туристско-экскурсионного обслуживания российских и иностранных туристов.

2. Наличие местных компаний, обладающих технологическими ресурсами и опытом для реализации проектов гастрономического туризма.

3. Развитие цифровых технологий создает основу для интеграции участников туристского рынка в команды для реализации проектов развития туризма на основе цифровых технологий (автоматизация формирования турпродукта, динамическое пакетирование гастрономического турпродукта, реализация экскурсий, гастрономических обедов (ужинов), кулинарных шоу и других дополнительных сервисов для туристов).

Источник: составлено авторами

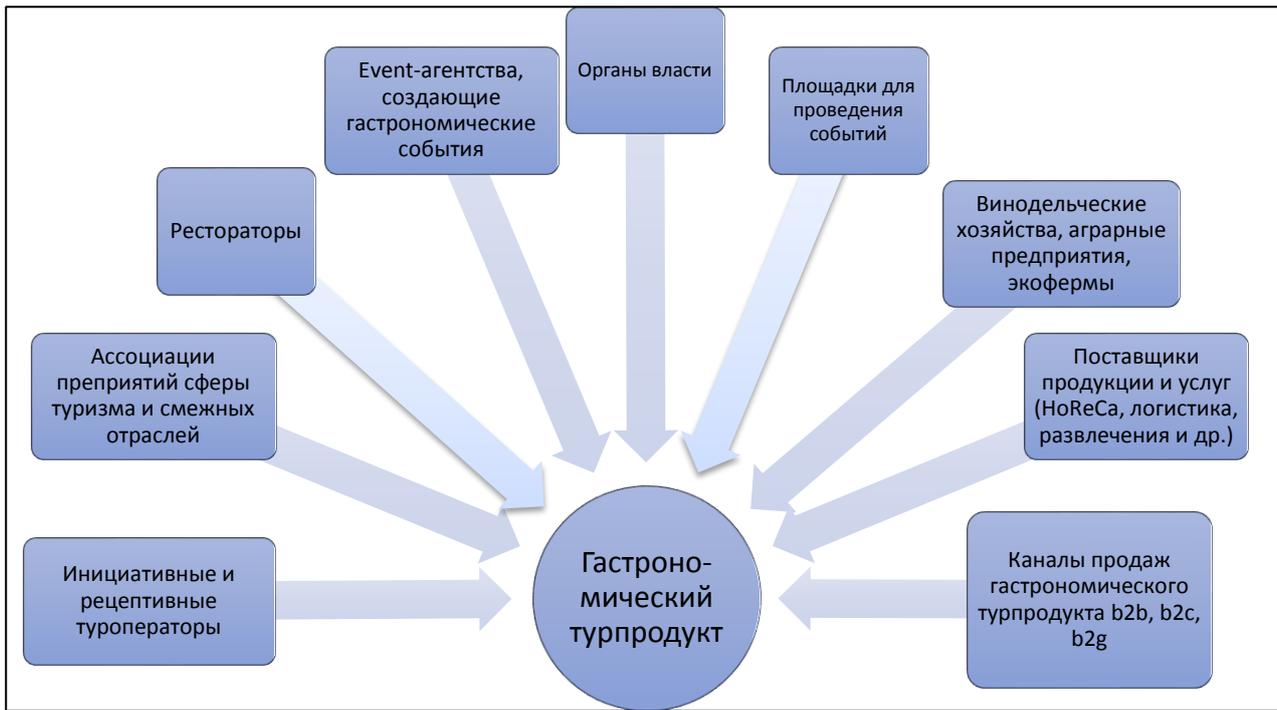
**Таблица 6.** Виды гастрономического туризма и турпродуктов юга России, актуальных для развития и продвижения на туристский рынок

Вид туризма	Виды турпродуктов
<b>Культурно-познавательный туризм гастрономической направленности</b>	Комбинированные экскурсионные туры по Черноморскому побережью России с гастрономическими экскурсиями и посещением объектов гастрономического туризма Комбинированные экскурсионные туры (Крым, Краснодарский край, Ростовская область) в рамках проекта «Золотое кольцо Боспорского царства» с гастрономическими экскурсиями и посещением объектов гастрономического туризма; гастрономические туры выходного дня.
<b>Гастрономический событийный туризм</b>	туры с посещением гастрономических фестивалей, фестивалей национальной кухни; туры с посещением праздников локальных продуктов, праздников сбора урожая, цветения лаванды, цветения лозы и др.
<b>Гастрономический «зелёный» туризм</b>	фитнес-туры со здоровым питанием на базе локальных продуктов и посещением экоферм и органических пищевых производств; оздоровительные туры активной направленности с мастер-классами по правильному питанию на базе локальных продуктов
<b>Эногастрономический туризм</b>	групповые гастрономические туры с посещением винодельческих хозяйств и экоферм; индивидуальные гастрономические туры с посещением винодельческих хозяйств и экоферм; эногастрономические туры «Винные дороги Боспорского царства»
<b>Гастрономический образовательный туризм</b>	ознакомительные поездки для изучения объектов и технологий гастрономического туризма; школы сомелье
<b>Гастрономический деловой туризм</b>	инсентив-туры с командообразованием гастрономической направленности (кулинарные поединки, кулинарные мастер-классы, кулинарные квизы и т.д.) гастрономические экскурсии для участников конференций
<b>Круизный гастрономический туризм</b>	пакеты гастрономических экскурсий для пассажиров морских и речных круизных судов; интеграция коротких гастрономических туров с круизным турпродуктом юга России.

Источник: составлено авторами

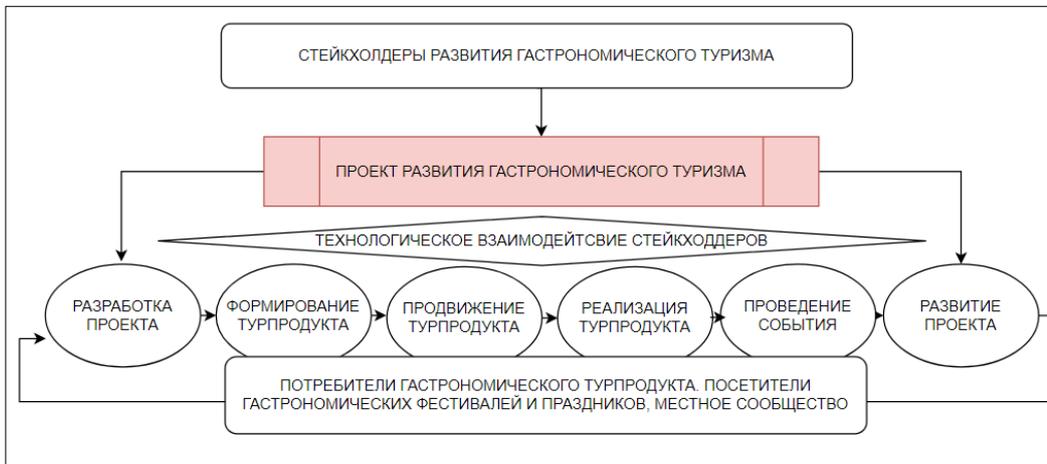
Для реализации проектов гастрономического туризма и продвижения турпродуктов, сформированных в рамках проекта, на целевые рынки туризма необходимо организационно-технологическое взаимодействие субъектов туристского рынка, органов власти и других стейкхолдеров проекта в рамках единой концепции для обеспечения координации действий и достижения поставленных целей (Рисунок 7).

Теория стейкхолдеров (теория заинтересованных сторон, англ. stakeholder concept, stakeholder theory) — одно из теоретических направлений в менеджменте, формирующее и объясняющее стратегию развития фирмы с точки зрения учёта интересов так называемых стейкхолдеров (заинтересованных сторон). Теория стейкхолдеров утверждает, что при достижении целей деятельности организации (или определенного проекта) следует принимать во внимание интересы различных заинтересованных сторон (стейкхолдеров), которые будут представлять тип неформальной коалиции.



**Рис. 7.** Основные стейкхолдеры проектов гастрономического туризма  
 Источник: составлено авторами

Рассмотрим модель организационно-технологического взаимодействия участников проекта развития гастрономического туризма (Рисунок 8).



**Рис. 8.** Организационно-технологическая схема развития гастрономического туризма в регионе  
 Источник: составлено авторами

Каждый из стейкхолдеров проекта имеет свои цели и задачи в ходе реализации проекта развития гастрономического туризма (Таблица 7).

**Таблица 7.** Цели и задачи стейкхолдеров развития гастрономического туризма в регионе

Стейкхолдеры	Цель	Задачи стейкхолдеров
<b>Органы власти</b>	Увеличение турпотока в регион и рост налоговых поступлений	– формирование имиджа дестинации как центра гастрономического туризма – продвижение местных сельхозпроизводителей, предприятий пищевой промышленности, виноделов;

		<ul style="list-style-type: none"> <li>– повышение туристской привлекательности региона</li> <li>– продвижение дестинации на рынке туризма</li> </ul>
<b>Российские инициативные туроператоры</b>	Получение прибыли за счет реализации турпродукта гастрономического туризма	<ul style="list-style-type: none"> <li>– генерация турпотока</li> <li>– завоевание доли рынка</li> <li>– диверсификация туроператорской деятельности</li> <li>– продвижение на рынке гастрономического туризма</li> </ul>
<b>Международные инициативные туроператоры</b>	Получение прибыли за счет реализации турпродукта гастрономического туризма	<ul style="list-style-type: none"> <li>– генерация турпотока в Россию</li> <li>– завоевание доли рынка</li> <li>– диверсификация туроператорской деятельности</li> <li>– продвижение на рынке гастрономического туризма</li> </ul>
<b>Рецептивные туроператоры</b>	Получение прибыли за счет реализации турпродукта и услуг гастрономического туризма	<ul style="list-style-type: none"> <li>– завоевание доли рынка</li> <li>– привлечение новых партнеров</li> <li>– формирование пакетов обслуживания для рынка гастрономического туризма</li> <li>– наработка технологического пакета обслуживания гастрономических событий</li> <li>– обучение персонала</li> <li>– внедрение цифровых технологий, интеграция с продающими системами рестораторов</li> </ul>
<b>Event-агентства</b>	Получение прибыли путем реализации продукта «гастрономическое событие»	<ul style="list-style-type: none"> <li>– выход на новые рынки</li> <li>– привлечение новых партнеров</li> <li>– создание нового гастрономического события</li> <li>– наработка технологического пакета проведения гастрономических событий</li> <li>– обучение персонала</li> </ul>
<b>Площадки для событий</b>	Реализация нового проекта гастрономического события	<ul style="list-style-type: none"> <li>– продвижение на целевых рынках</li> <li>– привлечение зрителей</li> <li>– реализация билетов и услуг</li> </ul>
<b>Спонсоры</b>	Продвижение на целевых рынках	<ul style="list-style-type: none"> <li>– завоевание доли рынка</li> <li>– привлечение новых клиентов</li> <li>– формирование имиджа компании</li> <li>– продвижение бренда</li> <li>– реализация продуктов и услуг во время события</li> <li>– повышение лояльности бренду спонсора</li> </ul>
<b>Поставщики услуг для формирования турпродукта</b>	Получение прибыли за счет реализации услуг	<ul style="list-style-type: none"> <li>– завоевание доли рынка</li> <li>– увеличение объема продаж услуг</li> <li>– привлечение новых партнеров</li> <li>– наработка технологического пакета обслуживания гастрономических туров и событий</li> <li>– обучение персонала</li> </ul>

		– внедрение цифровых технологий, интеграция с продающими системами рестораторов и туроператоров
<b>Каналы продаж турпродукта</b>	Получение прибыли за счет реализации турпродукта	– завоевание доли рынка – увеличение объема продаж услуг – привлечение новых партнеров – обучение персонала – внедрение цифровых технологий, интеграция с продающими системами рестораторов и туроператоров

Источник: составлено авторами

## 5. Заключение

Для каждой группы стейкхолдеров характерны свои цели и задачи, связанные с получением прибыли, завоеванием доли рынка, продвижением турпродукта или бренда, привлечением новых клиентов и партнеров. Для органов власти, инициирующих проведение в регионе развитие гастрономического туризма, основной целью является рост турпотока в регион и увеличение налоговых поступлений.

С точки зрения регионального турпродукта гастрономический туризм интересен мультипликативным эффектом для различных смежных отраслей, которые заинтересованы в развитии гастрономического туризма и реализации своей продукции, а поэтому готовы подключаться к его реализации на различных этапах, а также участвовать в расходах на его продвижение в рамках государственно-частного партнерства. Развитие гастрономического туризма способствует росту узнаваемости местных пищевых и продуктовых брендов и их продвижению на внутреннем рынке.

## Литература

**Буценко, 2015** – Буценко Е.Д. Гастрономический туризм как популярное направление в туризме // *Научно-методический электронный журнал «Концепт»*. 2015. Т. 33. С. 57-62.

**Вартанян, Сердюкова, 2016** – Вартанян Р.С., Сердюкова Н.К. Исследование привлекательности культурно-познавательного туризма на основе опроса потребителей (статья) / *Студенческие научные исследования в сфере туризма и спортивного менеджмента: материалы VIII междунар. студенческой науч.-практ. конф.* г. Сочи, 17-20 мая 2016 г. В 2 т. Т. 1 / отв. ред. Г.М. Романова. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВО «СГУ», 2016. С. 8-13.

**Ветитнев и др., 2015** – Ветитнев А.М., Григорян Ц.А., Копьрин А.С., Корягина Е.В., Коцеев С.В., Позаченюк Е.А., Романова Г.М., Романов С.М., Сердюкова Н.К., Яковенко И.М. Развитие культурно-познавательного туризма на Черноморском побережье Российской Федерации: монография: под ред. Г.М. Романовой, А.В. Ветитнева. Сочи: РИЦ ФГБОУ ВПО «СГУ», 2015. 268 с.

**Ветитнев и др., 2015** – Ветитнев А.М., Романова Г.М., Сердюкова Н.К., Сердюков Д.А. Изучение интернет-продвижения услуг культурно-познавательного туризма Юга России // *Российское предпринимательство*. Сентябрь 2015. V. 16. № 17. Рр. 2899-2914. DOI: 10.18334/гр.16.17.1854

**Генералова, 2018** – Генералова А.А. Аспекты развития гастрономического туризма в Российской Федерации. // *Образование и наука без границ: социально-гуманитарные науки*. 2018. №9. С. 51-54. [Электронный ресурс]. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_35204018\\_27965066.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_35204018_27965066.pdf)

**Гировка, 2016** – Гировка Н.Н. Туристско-рекреационные ресурсы территорий. Предпосылки формирования: монография. Нижний Новгород: Нижегородский государственный архитектурно-строительный университет, ЭБС АСВ, 2016. 294 с. С. 2227-8397. [Электронный ресурс] URL: <http://www.iprbookshop.ru/80921.html>.

**Гомилевская и др., 2019** – Гомилевская Г.А., Терентьева Т.В., Квасов А.С. Экономика и предпринимательство в сервисе и туризме: учебник. Москва: РИОР: ИНФРА-М, 2019. 190 с. (Высшее образование). [Электронный ресурс]. URL: <http://znanium.com/catalog/product/995619>

**Линькова, Максименко, 2016** – Линькова А.А., Максименко А.Г. Актуальность включения гастрономических туров в программу туристских путешествий // *Курортнорекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы*. Краснодар: Кубанский государственный университет. 2016. № 1. С. 187-193.

**Нехаева, Терехова, 2016** – Нехаева Н.Е., Терехова Ю.С. Понятие гастрономического туризма и его роль в брендинге территорий // *Огарев-Online*. 2016. № 1 (66). С. 8-15.

**Пашина, 2017** – Пашина М. Гастрономический туризм становится популярнее / Электронная газета «Коммерсантъ» от 18.04.2017. [Электронный ресурс]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3275031>

**Романова и др., 2014** – Романова Г.М., Сердюкова Н.К., Романова Л.М., Сердюков Д.А., Салеева Т.В. Оценка эффективности продвижения туристского продукта курортов Краснодарского края: монография. Сочи: РИЦ СГУТиКД, 2014. 180 с.

**Скорый, 2018** – Скорый Р. Перспективы и проблемы развития гастрономического туризма в России // Национальный туристический союз. Выпуск от 23.05.2018. [Электронный ресурс]. URL: <https://rusunion.com/perspektivy-i-problemy-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-rossii/>

**Сычева, Шпенькова, 2016** – Сычева В.О., Шпенькова К.С. Условия развития гастрономического туризма в России и в мире // *Журнал Концепт*. 2016. № 7. С. 126-131.

**Тихомирова, 2019** – Тихомирова О.Г. Управление проектом: комплексный подход и системный анализ: монография. Москва: ИНФРА-М, 2019. 300 с. (Научная мысль). [Электронный ресурс]. URL: <http://znanium.com/catalog/product/1023234> (дата обращения: 25.10.2020).

**Юрьева, 2016** – Юрьева В.А. Гастрономический туризм: понятие и направления / В сборнике: *Молодёжь Сибири – наука России – Международная научно-практическая конференция*. 2016. С. 136-142.

## References

**Butsenko, 2015** – Butsenko, E.D. (2015). Gastronomicheskii turizm kak populyarnoe napravlenie v turizme [Gastronomic tourism as a popular direction in tourism]. *Nauchno-metodicheskii elektronnyi zhurnal «Kontsept»*. Т. 33. Pp. 57-62. [in Russian]

**Generalova, 2018** – Generalova, A.A. (2018). Aspekty razvitiya gastronomicheskogo turizma v Rossiiskoi Federatsii [Aspects of the development of gastronomic tourism in the Russian Federation]. *Obrazovanie i nauka bez granits: sotsial'no-gumanitarnye nauki*. 9: 51-54. [Electronic resource]. URL: [https://elibrary.ru/download/elibrary\\_35204018\\_27965066.pdf](https://elibrary.ru/download/elibrary_35204018_27965066.pdf) [in Russian]

**Girovka, 2016** – Girovka, N.N. (2016). Turistsko-rekreatsionnye resursy territorii. Predposylki formirovaniya: monografiya [Tourist and recreational resources of the territories. Prerequisites for the formation: monograph]. Nizhnii Novgorod: Nizhegorodskii gosudarstvennyi arkhitekturno-stroitel'nyi universitet, EBS ASV, 294 p. Pp. 2227-8397. [Electronic resource]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/80921.html> [in Russian]

**Gomilevskaya i dr., 2019** – Gomilevskaya, G.A., Terent'eva, T.V., Kvasov, A.S. (2019). *Ekonomika i predprinimatel'stvo v servise i turizme: uchebnik* [Economics and entrepreneurship in service and tourism: textbook]. Moskva: RIOR: INFRA-M. 190 p. (Vysshee obrazovanie). [Electronic resource]. URL: <http://znanium.com/catalog/product/995619> [in Russian]

**Lin'kova, Maksimenko, 2016** – Lin'kova, A.A., Maksimenko, A.G. (2016). Aktual'nost' vklucheniya gastronomicheskikh turov v programmu turistskikh puteshestvii [The relevance of the inclusion of gastronomic tours in the tourist travel program]. *Kurortnorekreacionnyi kompleks v sisteme regional'nogo razvitiya: innovatsionnye podkhody*. Krasnodar: Kubanskii gosudarstvennyi universitet. 1. Pp. 187-193. [in Russian]

**Nekhaeva, Terekhova, 2016** – Nekhaeva, N.E., Terekhova, Yu.S. (2016). Ponyatie gastronomicheskogo turizma i ego rol' v brendinge territorii [The concept of gastronomic tourism and its role in the branding of territories]. *Ogarев-Online*. 1(66): 8-15. [in Russian]

**Pashinina, 2017** – Pashinina, M. (2017). Gastronomicheskii turizm stanovitsya populyarnee [Gastronomic tourism is becoming more popular]. *Elektronnaya gazeta «Kommersant»* ot 18.04.2017. [Electronic resource]. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/3275031> [in Russian]

**Romanova i dr., 2014** – Romanova, G.M., Serdyukova, N.K., Romanova, L.M., Serdyukov, D.A., Saleeva, T.V. (2014). Otsenka effektivnosti prodvizheniya turistskogo produkta kurortov Krasnodarskogo kraia: monografiya [Evaluation of the effectiveness of promoting the tourist product of the resorts of the Krasnodar Territory: monograph]. Sochi: RITs SGUTiKD, 180 p. [in Russian]

**Skoryi, 2018** – *Skoryi, R.* (2018). Perspektivy i problemy razvitiya gastronomicheskogo turizma v Rossii [Prospects and problems of the development of gastronomic tourism in Russia]. Natsional'nyi turisticheskii soyuz. Vypusk ot 23.05.2018. [Electronic resource]. URL: <https://rusunion.com/perspektivy-i-problemy-razvitiya-gastronomicheskogo-turizma-v-rossii/> [in Russian]

**Sycheva, Shpen'kova, 2016** – *Sycheva, V.O., Shpen'kova, K.S.* (2016). Usloviya razvitiya gastronomicheskogo turizma v Rossii i v mire [Conditions for the development of gastronomic tourism in Russia and in the world]. *Zhurnal Kontsept.* 7: 126-131. [in Russian]

**Tikhomirova, 2019** – *Tikhomirova, O.G.* (2019). Upravlenie proektom: kompleksnyi podkhod i sistemnyi analiz: monografiya [Project management: an integrated approach and systems analysis: monograph]. Moskva: INFRA-M, 300 p. (Nauchnaya mysl'). [Electronic resource]. URL: <http://znanium.com/catalog/product/1023234> (date of access: 25.10.2020). [in Russian]

**Vartanyan, Serdyukova, 2016** – *Vartanyan, R.S., Serdyukova, N.K.* (2016). Issledovanie privlekatel'nosti kul'turno-poznavatel'nogo turizma na osnove oprosa potrebiteli (stat'ya) [Research on the attractiveness of cultural and educational tourism based on a survey of consumers (article)]. *Studencheskie nauchnye issledovaniya v sfere turizma i sportivnogo menedzhmenta: materialy VIII mezhdunar. studencheskoi nauch.-prakt. konf. g. Sochi, 17-20 maya 2016 g. V 2 t. T. 1.* Otv. red. G.M. Romanova. Sochi: RITs FGBOU VO «SGU». Pp. 8-13. [in Russian]

**Vetitnev i dr., 2015** – *Vetitnev, A.M., Grigoryan, Ts.A., Kopyrin, A.S., Koryagina, E.V., Koshcheev, S.V., Pozachenyuk, E.A., Romanova, G.M., Romanov, S.M., Serdyukova, N.K., Yakovenko, I.M.* (2015). Razvitie kul'turno-poznavatel'nogo turizma na Chernomorskom poberezh'e Rossiiskoi Federatsii: monografiya [Development of cultural and educational tourism on the Black Sea coast of the Russian Federation: monograph]: pod red. G.M. Romanovoi, A.V. Vetitneva. Sochi: RITs FGBOU VPO «SGU», 268 p. [in Russian]

**Vetitnev i dr., 2015** – *Vetitnev, A.M., Romanova, G.M., Serdyukova, N.K., Serdyukov, D.A.* (2015). Izuchenie internet-prodvizheniya uslug kul'turno-poznavatel'nogo turizma Yuga Rossii [Study of internet promotion of cultural tourism services in the South of Russia]. *Rossiiskoe predprinimatel'stvo.* Sentyabr'. 16(17): 2899-2914. DOI: 10.18334/rp. 16.17.1854 [in Russian]

**Yur'eva, 2016** – *Yur'eva, V.A.* (2016). Gastronomicheskii turizm: ponyatie i napravleniya. *V sbornike: Molodezh' Sibiri – nauka Rossii – Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya.* Pp. 136-142. [in Russian]

УДК 338.48

## Развитие гастрономического туризма как фактор увеличения турпотока в дестинацию

Надежда Константиновна Сердюкова<sup>а, \*</sup>, Валентина Павловна Калинина<sup>а</sup>,  
Дмитрий Анатольевич Сердюков<sup>а</sup>

<sup>а</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** В настоящей статье представлены результаты исследования рынка гастрономического туризма в России. Авторы исследуют понятийный аппарат и современные тренды развития гастрономического туризма, его особенности, классификацию. Выделены туристские ресурсы для развития гастрономического туризма на юге России. На основе проведенного опроса потребителей авторы анализируют портрет потребителя на рынке гастрономического туризма, предпочтения в отношении дестинаций, услуг и сервисов в составе гастрономического турпродукта, делают выводы относительно конкурентоспособной продолжительности, структуры и цены гастрономического тура. В результате авторы предлагают организационно-технологическую модель развития гастрономического туризма, определяют стейкхолдеров проектов гастрономического туризма, их цели, задачи и основы взаимодействия в результате реализации проекта.

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [nserdyukova@sutr.ru](mailto:nserdyukova@sutr.ru) (Н.К. Сердюкова),  
[kafedrautts@gmail.com](mailto:kafedrautts@gmail.com) (В.П. Калинина), [serdyukov@sutr.ru](mailto:serdyukov@sutr.ru) (Д.А. Сердюков)

В исследовании использованы метод социологического опроса, SWOT-анализ, PEST-анализ, системный подход, моделирование, метод графической интерпретации данных. В итоге авторы приходят к выводу, что при комплексном подходе к проектированию и развитию гастрономического туризма в регионе последний может быть важным фактором для увеличения турпотока в дестинацию. В условия пандемии коронавируса и закрытых границ гастрономический туризм может служить фактором повышения привлекательности российских дестинаций на рынке внутреннего туризма, увеличения турпотока и налоговых поступлений.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, туристская дестинация, турпоток, внутренний туризм.

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 410-424

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 91:33:378

## Genesis, Challenges and Applications of Medical Tourism in the Voronezh Region, Russian Federation

Diana S. Timoshenko <sup>a, \*</sup>

<sup>a</sup> Voronezh State University, Russian Federation

### Abstract

The study deals with identifying the main challenges in medical tourism development in the Voronezh region. The research uses a dialectical method, as well as general logical, theoretical and empirical methods. The prerequisites determining the becoming and development of Voronezh medicine as a branch of scientific and practical activity are analyzed. The analysis of the crucial directions of the organization and implementation of recreational services is held. The study of the modification of business processes in the field of Voronezh medical tourism is carried out. As a result, promising areas of medical tourism promotion were identified, the core competencies of tourism employees procuring the process of organizing, providing and promoting medical tourism service, spa treatment, wellness, and other healthcare services were described. Medical tourism in the Voronezh region has great potential. The formulated proposals for improving the medical tourism promotion can be successfully implemented in the production and sale cycles of a medical tourism product. The proposed innovative pedagogical technologies for improving the organization of the educational process of highly specialized medical tourism personnel can be used in the current conditions of economic development and the current global pandemic of coronavirus infection COVID-19.

**Keywords:** the Voronezh Region, medical tourism, spa tourism, tourism pedagogy, content and language integrated learning.

### 1. Introduction

The dynamic urbanization processes stimulate an increase in demand among the population for tourist products and services that help people restore physical and spiritual strength, improve health, relax, and relieve accumulated stress. The World Tourism Organization notes the positive dynamics in demand for medical and health tourism organized outside the place of permanent residence, which in most cases means that tourists can receive more affordable or better quality treatment. Around the world, the demand for medical and health tourism is growing. For example, the number of foreign tourists visiting traditional Russian baths (or “banya”) in Russia is increasing steadily. Simultaneously, in other countries, people travel with various medical and recreational purposes: from medical and surgical interventions, dental services, to participating in yoga camps and meditation training (UNWTO, 2019).

Many types of tourism are currently implemented as independent ones and in various combinations in the Voronezh Region. Voronezh destination is well-known for cultural tourism, historical and archaeological tourism, educational tourism, ethnographic tourism, patriotic tourism, rural tourism, agrotourism; as well as for its promising and high-potential following types:

\* Corresponding author

E-mail addresses: [artemideus@gmail.com](mailto:artemideus@gmail.com) (D.S. Timoshenko)

recreational tourism, eco-tourism, medical tourism, MICE tourism, religious tourism, extreme tourism, ornithological tourism, photo tourism, etc.

The Voronezh region and the city of Voronezh have a high tourist attractiveness. The Voronezh region is located in a favourable geographical position, has edible landscape and suitable climatic conditions for tourism development, and unique natural resources that have been actively used as healing humans for a long time. Transport accessibility (including Voronezh international airport, federal highways and one of The Russian Railways headquarters), convenient logistics linking essential tourist and accommodation facilities, a wide range of tourism, recreational services, restaurant business services create favourable conditions for the formation of tourist clusters in the Voronezh region, with a unique tourist identity and a high level of tourist attractiveness (Timoshenko, 2013).

## 2. Discussion

The changing nature of civilization and the development of technology have had a decisive influence on healing, recreation, and spiritual recovery (including for relaxation, bodily practices, visiting mineral springs, seawater, religious ceremonies and ablutions) and medical trips (diagnostics, hospitalization and surgery) (Rai, 2019). According to experts, the medical tourism sector is growing at 15-25 % per year.

The driving force behind this growth is the burden of national health rules for patients. Health is a scarce resource. (Berdine, 2019). An essential task in organising medical tourism is to reduce staff turnover, motivate and stimulate healthcare workers (Marmion, Hindley, 2020). From service marketing, medical tourism deals with two critical issues: the provision of services and internationalization (Hyder et al., 2019).

Researchers Holloway and Taylor define medical tourism as tourist trips to receive medical advice and surgery. An example is Finns' trip to Tallinn to receive ophthalmology and dentistry services, Austrians to Hungary (dentistry, orthodontic treatment). For example, the Indian National Tourism Office, in the framework of the leading London tourism exhibition World Travel Market, repeatedly emphasized the promotion of the medical segment Tourism as a national brand (Holloway, Taylor, 2007).

In contrast to wellness and recreational tourism, which pursues the dual goal of improving the physical condition and wellbeing of a tourist and strengthening public status through the uniqueness and high cost of the resort (Beech, 2010), as well as solitude and relaxation, which leads to a greater sense of wellbeing (Marmion, Hindley, 2020), the task of medical tourism is diagnostics, advisory assistance, prevention, treatment, surgical intervention, patient rehabilitation and the creation of comfortable accommodation, nutrition and transportation and for him and his accompanying persons.

However, in international scientific practice, there is no unanimous decision on the semantics of the definitions of "medical tourism", "medical and health-improving", "health-improving", "recreational", "sanatorium-resort", "resort" and so on. The problem of giving a precise definition of the connotation is also due to differences in figurative language means. The health sector prefers the term medical travel (Choi, 2015). In this case, the tourism industry prefers to use the term "medical tourism". At the same time, representatives of medicine argue that tourism usually means resting and leisure, and therefore, "tourism" should be replaced by "travel" (Whittaker, 2008).

It is worth emphasizing that the health systems of both sending and receiving countries are strongly affected by inbound and outbound medical tourism. (Béland, Zarzeczny, 2018). A significant number of medical tourism doctors have received the highest professional and qualification level, have certification or license, and have extensive practice in the country where they completed their training (Horowitz et al., 2007).

The works of many scientists are devoted to the problems of medical and health tourism, among them M. Todd, L. Hoffman, N. Lunt, J. Connell, E. Kelley, T. Takamoto, R.-J. Lee, J.J. Mogaka, J. Snyder, K. Adams, K. Khvansuk, J. Unti, M. Horowitz et al. Among Russian researchers: D.V. Guba, I.V. Groshev, I.V. Kuntsevskaya, G.M. Kushnir, Yu.V. Bobrik, G.M. Romanova, B.A. Ermakov, G.M. Serobabina, N.N. Sedova, G.Yu. Shchekin, D.A. Shepeleva et al.

## 3. Methods

In this study, desk research methods (collecting secondary data) and a quantitative survey (gathering primary data) of data analysis have been used. Qualitative research is presented by a comparative analysis of the historical factors determining the formation of Voronezh medicine and the particular directions of the organization and implementation of recreational services of the

Voronezh region. The study of the business processes modification in Voronezh medical tourism is carried out. A comparative analysis is carried out for the region's key health resorts and the leading indicators of the tourism industry of the Voronezh region for the 3rd quarter of 2019. An assessment of the prospects for the development of pedagogical activity in medical tourism of the Voronezh region is presented. A list of priority tasks for the successful promotion of medical services of the Voronezh region "for export" was developed, based on empirical methods.

#### 4. Results

Global needs for related medical tourism services are growing every year. A lot of international and local non-profit and public organisations of medical tourism function around the world, among which the most famous are the following:

1. Medical Tourism Association;
2. European Medical Tourism Alliance (EEIG);
3. Medical Tourism Agencies Association;
4. The International Medical Travel Association (IMTA);
5. International Association for Medical Assistance to Travelers (IAMAT);
6. International Society of Travel Medicine;
7. International Society of Mountain Medicine;
8. American Society of Tropical Medicine and Hygiene;
9. British Global and Travel Health Association (BTGHA);
10. Norwegian Society for Travel Medicine and Prevention of Infectious Diseases;
11. New Zealand Society of Travel Medicine;
12. China International Healthcare Association;
13. Japanese Society of Travel and Health;
14. Asia Pacific Travel Health Society;
15. Medical Tourism Association Of Israel;
16. Société de Médecine des Voyages, and many other professional organizations.

Medical societies and associations strive to ensure the sustainable development of medical tourism activities at the international and local levels. They rely for their purposes and actions on the current legislation in healthcare, tourism, insurance, sustainable economic development, conservation and restoration of the natural resources of tourist destinations used in medical tourism as medicinal resources.

**The genesis of the health system of the Voronezh region.** The official foundation and construction of the city of Voronezh began in 1586. Until the middle of the 16th century, Voronezh served as a fortified city in the region of Moscow's southeastern borders. The first medical services as they were, originated in the Voronezh region in the times when doctors arrived in the city and began to service military units. In 1661, along with a salary to the soldiers, medicines and a doctor were sent for the first time. At the beginning of the 18th century, military doctors served workers and sailors engaged in constructing ships at the Voronezh shipyards. With the termination of shipbuilding in the region in the second quarter of the 18th century, military doctors were no longer in Voronezh. It was evident that Peter I recalled all doctors from Voronezh after stopping construction work at the shipyards and military units. Doctors reappeared in Voronezh only in 1770 during the outbreak of the plague. In 1779, the Order of Public Charity was established in the Voronezh province, and the first hospital in the province with 12 beds was opened in 1780.

Zemsky reform was carried out in the Voronezh province in 1865, according to which 12 hospitals with 174 hospital beds were transferred to the Voronezh provincial zemstvo (Furmenko, 1968). In this regard, 47 doctors, 68 medical assistants and 36 midwives were called up for work. The issues of protecting public health were governed by the provincial zemstvo government, the executive body and had a medical council (collective body). The council directed all medical institutions of the provincial zemstvo and performed such functions as appointing and dismissing doctors from their posts, selecting pharmacists, and reviewing the project and budget estimates, management of medical institutions, etc.

Historically, the Voronezh region played a significant role in the development of Russian medicine, and the contribution of Voronezh clinicians cannot be overestimated. Besides Prince Alexander Petrovich Oldenburgsky (1844–1932) made a significant contribution to the development of global experimental medicine. Prince was a member of the State Council, the famous commander of the Preobrazhensky regiment, Supreme Chief of the Russian army's sanitary and evacuation unit during the First World War, owner of the Oldenburg Palace in Ramon,

the Voronezh Region. His spouse, Evgenia Maksimilianovna (1845–1925), nee Princess Romanovskaya, took patronage over the medical and educational societies of Voronezh, as well as the community of sisters of mercy. In 1880, the owners of the estate opened a hospital and school, canteens for workers. The Oldenburgs made an invaluable contribution to the industrial and socio-cultural development of the Voronezh province.

By 1913, there were 107 hospitals and emergency rooms in the Voronezh province, in which 2700 beds were located; 148 outpatient clinics were functioning, 278 doctors and dentists worked in all departments, and 116 paramedic points were opened (Furmenko, 1968). The organization of medical assistance to the Voronezh province population by 1913 went from travelling to stationary form. Rural medical stations were formed, medical expenses were brought up to 25 % of the budget. Before the revolution, the population of Voronezh province did not receive specialized medical care. Zemstvo doctors were general practitioners. However, by that time, therapists, surgeons, obstetricians, venereologists, ophthalmologists, otolaryngologists, paediatricians, neuropsychologists, and dentists had appeared in the city of Voronezh itself (Furmenko, 1968).

*The period after the Great October Socialist Revolution* and the formation of the People's Health in 1918 is characterized by the restoration of the national economy and the rapid development of health care. The development of health care in the region during the first five-year plans and the organization of medical care for the population during the Great Patriotic War. From 1947 to 1950, all the functions of restoring the city's health care as a regional centre were assigned to the city health department. Since November 12, 1918, doctors were being trained at 22 departments of Voronezh State University's medical faculty. In December 1930, the Voronezh State University's medical faculty was transformed into an institute with therapeutic and preventive and sanitary-hygienic faculties, and in 1933 the faculty of maternal and child health was opened. The vast experience in organizing medical care and sanatorium-resort treatment of patients outside their permanent place of residence, accumulated during the USSR, allows us to rely on achievements and developments in this area that can be multiplied and adapted to the modern realities of the tourist business community.

*In the Soviet period*, sanatoriums were part of the state health care system, and sanatorium services were widely available for many Soviet citizens, funded by trade unions and the government. During *the Perestroika period* (1985–1991) and the emergence of new forms of social and economic relations in the country has been searching for the optimal structure and names of the regional administration's health. In 2009, the Voronezh region's central health department was reorganized into the Department of Health and Social Development of the Voronezh Region, which in turn was reorganized into the Department of Health of the Voronezh Region (Ofitsial'nyi sait Departamenta..., 2020).

Tourism business in Russia is regulated by the Federal Law of November 24, 1996, No. 132-FZ "On the Basics of Tourism business in the Russian Federation", the Law of the Russian Federation of 07.02.1992 No. 2300-1 "On the Protection of Consumer Rights", as well as other federal regulations and acts of the subjects of the federation that are directly related to the organization, implementation and promotion of the tourism product. In the Strategy for the Development of Tourism in the Russian Federation until 2035, as a solution to the main task of increasing the availability of tourism products at the federal level, it is proposed to develop a set of measures to stimulate social tourist flow during the "low season", as well as the development of cultural, educational, children's and medical health tourism (Strategiya razvitiya turizma..., 2019). Thus, on the one hand, it will create guaranteed demand, increase the load of tourism and transport infrastructure, reduce the payback period of projects and increase the investment attractiveness of the tourism sector as a whole, and on the other hand, implement the social function of increasing the availability of tourism and recreation for Russian population. In Russia, Federal Law of November 21, 2011, No. 323-FZ On the Basics of Protecting the Health of Citizens in the Russian Federation is in force. In his address to the Federal Assembly of the Russian Federation dated March 1, 2018, Russian President Vladimir Putin emphasized the need to develop healthcare and export services in medicine and tourism. By 2024, the volume of exports of medical services is expected to be \$ 1 billion per year (Decree of the President of the Russian Federation of May 7, 2018, No. 204 "On National Goals and Strategic Tasks of the Development of the Russian Federation for the Period until 2024"). In pursuance of these instructions, a federal non-profit organization Russian Medical Tourism Association was created and St. Petersburg Medical Tourism Agency JSC. The Order of the Government of the Russian Federation of November 26, 2018, No. 2581-r. "Strategies for the development of the spa complex of the Russian Federation"

and other regulatory acts operate in Russia. By order of the Ministry of Health of the Russian Federation No. 64 dated February 18, 2019, it was decided to establish a Coordinating Center for the implementation of the federal project “Development of the Export of Medical Services”.

Currently, in the Voronezh region, the implementation of the spa treatment program is supervised by the Voronezh regional branch of the Social Insurance Fund of the Russian Federation. A component of the Fund was created following the Regulation on the Social Insurance Fund of the Russian Federation, approved by Decree of the Government of the Russian Federation of February 12, 1994, No. 101. From March 25, 2014, the Expert Council functions, which is an advisory body created to organize and conduct social examination and initiatives - Voronezh Regional Social Insurance Fund of the Russian Federation. Citizens of select categories who have submitted documents for providing a right to sanatorium-resort treatment can track their turn through the electronic system <http://www.fss.vrn.ru/elqueue>. The capacity of the sanatorium and resort fund (Table 1) and the leading indicators of the health care development of the Voronezh region (Table 2) are presented in dynamics in the annual statistical report of the Voronezh region in numbers 2019 (Ofitsial'nyi sait Voronezhskogo..., 2019).

To create a sustainable and competitive regional tourism industry, the Department of Entrepreneurship and Consumer Market Development of the Government of the Voronezh Region in 2010 approved the “Concept for the Development of Tourism in the Voronezh Region until 2016”. Following this Concept, it was supposed to form four tourist and recreational areas, including Voronezh, Central, South, East. A set of measures to assess and efficiently use tourism and recreation resources, including modernization in the tourism industry, creating new recreation facilities, including recreation centres, children’s camps, beaches, places of mass recreation, etc., has gained particular importance (Timoshenko, 2013).

**Table 1.** The annual amount of sanatoriums, recreation facilities – Voronezh Region

	2014	2015	2016	2017	2018
Sanatorium-resort organisations and recreation facilities – total	35	32	34	30	33
including:					
sanatorium organisations	19	19	19	17	16
accommodation and recreation facilities	15	12	13	12	16
organised tourist camps	1	1	2	1	1

Compiled by Timoshenko D.S. based on Voronezhstat data (Voronezhstat, 2020)

**Table 2.** Key Health Indicators – Voronezh Region

	2014	2015	2016	2017	2018
Number of hospital organizations, units	77	76	78	77	79
The number of doctors of all specialties:					
total, thousands	12.6	12.1	11.9	12.1	12.2
per 10,000 people	54.1	51.7	50.9	51.7	52.3
The number of paramedical personnel:					
total, thousands	26.4	26.6	25.9	25.9	25.5
per 10,000 people	113.3	114.1	111.0	111.1	109.4
The number of hospital beds (24/7)					
total, thousands	21.4	20.0	19.6	19.2	19.1
per 10,000 people	91.8	85.7	84.1	82.2	82.1
The number of outpatient medical organizations – total units	147	117	126	127	126
The capability of outpatient organizations (number of visits per shift)					
total, thousands	56.0	56.3	57.9	59.3	59.7
per 10,000 people	240.1	241.4	247.8	254.0	256.3
The number of feldsher-midwife points – total, units	675	677	667	661	661

\*Compiled by Timoshenko D.S. based on Voronezhstat data (Voronezhstat, 2020)

The Strategy for the socio-economic development of the Voronezh region until 2035 draft includes Goal 1.3 Extending the population's active longevity and Goal 2.12 Ensuring the implementation of the tourist and recreational potential of the region (including tourism facilities of national and world levels). Indicated above, in turn, implies the development of regional tourism infrastructure, which, along with the Decree of Voronezh Region Government "On improving the efficiency of the functioning of sanatorium and recreation zones in the Voronezh Region" from 2018, the cities can also help in the active medical tourism, spa activities and health tourism development.

Table 3 presents the leading indicators of the development of the tourism industry in the Voronezh region for January-September 2019 (Table 3). Nowadays, the Department of Entrepreneurship and Trade of the Government of the Voronezh Region and the Department of Tourism Development took over the mission of sanatorium-resort treatment revival ([Ofitsial'nyi sait Pravitel'stva Voronezhskoi oblasti, 2020](#)).

**Table 3.** Key indicators of the Voronezh region tourism development for nine months of 2019\*

No	Voronezh region	2018 Jan-Sept	2019 Jan-Sept	Progress, %
1	Paid services to the population: hotels and similar accommodation establishments – thousand rubles	1 012 173,7	1 169 425,2	15,54
2	Paid services to the population: sanatorium organizations – thousand rubles	1 337 285,6	1 254 691,5	-6,18
3	Paid services to the population: travel agencies, tour operators and other reservation services and related services – thousand rubles	999 127	1 005 110,8	0,60
4	TOTAL number of persons accommodated in accommodation establishments – persons	349 701	462 772	32,33
5	Number of Russian citizens stays – persons	317 990	404 866	27,32
6	Number of foreign citizens stays – persons	31 711	57 906	82,61
7	Nights in accommodation establishments	1 711 607	1 800 846	5,21
8	Accommodation establishments income from services provided excluding VAT, excise taxes and similar payments - thousand rubles	1 757 261,3	2 021 400,03	15,03

\* Compiled by D.S. Timoshenko based on Voronezhstat data ([Voronezhstat, 2020](#))

There is also a Tourist Information Center and an Entrepreneurship Support Center that provides consulting on Voronezh tourism destination products and services.

Below is a list of the most popular and sought after sanatoriums in the Voronezh region with a data of accommodation capacity, treatment profile, natural healing factors and medical facilities (Table 4).

**Table 4.** Specification of the most popular sanatoriums – Voronezh Region

No	Name, year of foundation, capacity	Treatment profiles
1	<b>Sanatorium named after Gorky</b> 480 beds; 1976, 2009 – renovated Double and single rooms: "Standard", "Junior Suite", "Suite." <a href="http://sanatoriy-gorkogo-voronezh.ru/">http://sanatoriy-gorkogo-voronezh.ru/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– cardiovascular disease</li> <li>– diseases of the nervous system</li> <li>– diseases of the endocrine system</li> <li>– diseases of the genitourinary system</li> <li>– oncological diseases (rehabilitation after mastectomy) and conditions of the musculoskeletal system</li> <li>– The aftercare of patients after acute myocardial infarction, operations on the heart and main vessels, unstable angina, acute cerebrovascular accident, and patients with diabetes mellitus.</li> </ul>

2	<b>Sanatorium named after F.E. Dzerzhinsky</b> 550 beds; 1977, 2013 – renovated The rooms of the category “Standard”, “Suite”, “Junior Suite”, “VIP.” <a href="http://sandz.ru/">http://sandz.ru/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– diseases of the endocrine and peripheral nervous system</li> <li>– respiratory diseases</li> <li>– gastrointestinal diseases</li> <li>– musculoskeletal system diseases</li> </ul>
3	<b>Don Sanatorium</b> 100 beds; 1975 Rooms: single and double “Economy”, “Comfort.” <a href="http://rzd-don.ru/">http://rzd-don.ru/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– treatment of diseases of the musculoskeletal system and connective tissue;</li> <li>– general therapeutic / treatment of cardiovascular, bronchopulmonary and ENT conditions, and gynaecological and skin diseases.</li> </ul>
4	<b>Radon Sanatorium</b> 156 beds; 1987 49 single/double rooms: "Economy", "Standard", "Comfort". <a href="http://rzd-radon.ru/">http://rzd-radon.ru/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– diseases of the musculoskeletal system and connective tissue;</li> <li>– diseases of the nervous system;</li> <li>– diseases of the genitourinary system.</li> </ul>
5	<b>Sanatorium named after Tsyurupa</b> 500 beds; 1927; 1973, 1986, 2000 – renovation Single, double, superior rooms, deluxe, VIP, honeymoon room. More than 13 thousand tourists annually. <a href="http://curup.ru/">http://curup.ru/</a>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– neuropathic diseases</li> <li>– diseases of the gastrointestinal profile;</li> <li>– musculoskeletal system diseases</li> <li>– diseases of the genitourinary system;</li> <li>– metabolism;</li> <li>– pulmonary system.</li> </ul>

Source: D.S. Timoshenko

Researchers Paul Barron and Tom Baum emphasise that accommodation services in medical facilities are not always directly related to tourism. Nevertheless, it is growing steadily, which is especially noticeable in the segment of an individual “lux” accommodation segment and accommodation of relatives and accompanying persons. Hotel chains such as Accor and Marriott (Cooper et al., 2008) offer exclusive tariff and discounts for their long-term guests who arrive with medical tourism purposes.

Voronezh has various accommodation facilities – hotels, apartments, hostels and other accommodation establishments. Among the hotels of famous world brands: Voronezh Marriott 5 \*, Ramada Plaza Voronezh 5 \*, Hotel Hampton by Hilton 4 \*, Hotel Mercure 4 \*, Azimut Hotel Voronezh 3 \*, Holiday Inn Express Voronezh 3 \*. The most famous Voronezh hotels are Degas Hotel Complex 4 \* and Benefit Plaza Congress Hotel 4 \*. All listed hotels comply with international standards of service and hospitality, are customer-oriented and have rooms and facilities for accommodating physically challenged guests.

In organising health trips and medical tourism trips, it is also necessary to take into account the principles of positive psychology. Essential factors in improving the general condition can be a voluntary and volitional activity, achieving a goal, activating the strong and strong-willed sides of a person, emotional upsurge, and positive experience. All these factors can be included in the action plan to improve the results of medical tourism (Coghlan, 2015).

Voronezh region was repeatedly visited by representatives of the most substantial domestic and foreign medical holdings, scientists and experts from leading international and domestic scientific medical institutes, investors. It is worth emphasizing that most stakeholders highlight that the Voronezh region has a high potential for developing medical and health tourism, including through the development of international scientific cooperation in medicine.

The following institutions of Voronezh confirm patients arriving from other regions of the Russian Federation; they have already become centres of attraction for tourists who are travelling to Voronezh with medical purposes:

1. Voronezh Regional Clinical Hospital No. 1, Perinatal and Cardiac Surgery Centres (advanced technologies of Voronezh medicine are presented);
2. Regional Children’s Clinical Hospital No. 1;
3. Regional Children’s Hospital No. 2;
4. Regional Consultative and Diagnostic Center;
5. Interregional Medical Center for Early Diagnosis and Treatment of Cancer;
6. Family Medicine Center “Olympus of Health”;
7. German Medical Center, and many other state and commercial medical organizations.



**Fig. 1.** CyberKnife, Interregional Medical Center for Early Diagnosis and Treatment of Cancer, Voronezh (Timoshenko, 2020)

Voronezh has unique capabilities and equipment for the treatment of many diseases. For example, in the treatment of cancer, a tomotherapy unit and the CyberKnife robotic stereotactic radiosurgery system are used. The action of CyberKnife is based on irradiation with thin beams of ionising radiation, passing at different angles and focusing in the tumour (Figure 1).

Since 2019, a new type of treatment has appeared in the centre – radiotherapy of radium chloride ( $^{223}\text{Ra}$ ) of bone metastases of castration-resistant prostate cancer. Computed tomography (CT) is provided by SOMATOM Definition DS 128. More than 72 thousand diagnostic studies have been carried out over the years, including about 28 thousand high-tech PET/CT examinations, more than 2.5 thousand radiosurgical procedures have been performed using the CyberKnife and Tomotherapy systems. Patients completed more than 21 thousand chemotherapy courses. Oncologists conducted more than 25 thousand consultations. Among the patients are residents of dozens of regions of the Russian Federation and neighbouring countries: Ukraine, Belarus, Armenia, Azerbaijan and others (Ofitsial'nyi sait Mezhhregional'nogo..., 2020).

Medical tourism and healthcare programs in the city of Voronezh and the Voronezh region may also include sightseeing, acquaintance with the key tourist sites with memorable, historical and significant places of the city and the region. For example, visiting a rare monument of brick neo-Gothic architecture the Oldenburg Palace Complex in Ramon is very popular among Voronezh guests (Figures 1, 2). The Complex is the manor house of the late 19th century that belonged to the Russian branch of the Oldenburg House of the Imperial Family. Guests of the Black Soil region's capital can learn there about the severe contribution of the palace owners to the experimental medicine and spa treatment development. It is well known that Prince Alexander Petrovich of Oldenburg founded the Institute of Experimental Medicine at his own expense, consecrated and inaugurated on December 8 (21), 1890 on Aptekarsky Island in St. Petersburg. The institute was granted the name "Imperial Institute of Experimental Medicine", while A.P. Oldenburgsky appointed trustee. Later A.P. Oldenburgsky founded the climatic station-sanatorium in Gagra on the Black Sea (Ofitsial'nyi sait Dvortsovogo kompleksa..., 2020).

At present, the development prospects in the field of medicine, including medical tourism, have the provision of high-quality inpatient and outpatient medical care, including high-tech, in the following areas:

1. Cardiology, including arrhythmology, angioplasty and stenting (treatment of coronary artery disease);
2. Gastroenterology and coloproctology;
3. Gynaecology and obstetrics, including obstetric care;
4. Urology, andrology and reproductive technologies, including in vitro fertilisation;
5. Paediatrics and neonatology;

6. Family medicine (general practitioners);
7. Traumatology and orthopaedics, including endoscopic interventions and joint replacement for joint diseases;
8. Surgery: general, plastic, reconstructive;
9. ENT diseases, including audiology (treatment of hearing impairment) and endoscopic (less traumatic) operations;
10. Neurology, and others.



**Fig. 2.** The photograph of the Oldenburgsky Palace Complex (Timoshenko, 2015)



**Fig. 3.** The photograph of the Gate of the Oldenburgsky Palace Complex (Timoshenko, 2015)

According to the Unified Federal Register of Tour Operators (Russian Federation), there are only ten tour operators officially registered and currently operating in the Voronezh region at the time of writing (Ofitsial'nyi sait Federal'nogo agentstva..., 2019). However, there is still no specialized tour operator of medical tourism in Voronezh. This phenomenon is caused by the instability of the regional tourism economy, high levels of risk in organizing and conducting of such business, and the seasonality of demand for medical tourism services related to paid holiday and paid leave periods in Russia. Nevertheless, medical and health-improving tourism is characterized by all-weather season. With proper management of tourist flows, other tourist products can be accompanied, for example, cultural tourism. Besides, medical and sanatorium institutions are

located outside large cities in many cases, thereby providing economic benefits to districts and small towns, creating jobs, and developing infrastructure in rural areas.

Section 6. Personnel and education of the Tourism Development Strategy in the Russian Federation until 2035 refers to expanding the list of educational programs, including training tourism specialists in spa medicine. It is also emphasized that it is necessary to ensure the implementation of individual measures and programs to support socially significant tourism types, especially tourism for children and youth, cultural, educational, recreational, medical and wellness tourism. The adoption of this decision is since at present, the Russian tourism and hospitality industry, as well as the tourism in the Voronezh region, in particular, needs tourism specialists of a comprehensive profile. Still, at the same time, it lacks highly specialized tourism professionals at all levels (undergraduates, postgraduates). Personnel involved in the implementation of medical tourism programs should be competent in providing quality tourism services and the formation of a packaged product for individual tourists. Simultaneously, specialists involved in the creation, promotion and implementation of tourism services for medical and health tourism should be competent in medicine basics. Medical tourism as a business is a niche product that requires special attention and an integrated socially responsible approach at all stages. The field of medical tourism is promising, unique and requires careful and delicate study in the future.

According to Dr Maria K. Todd, professional travel counsellors are probably among the best coordinators for arranging health travel and tourism, but they must learn best practices, medical terminology, and know about the procedures they will coordinate. Since few have medical procedures, they need a little professional development training to develop policies and procedures for this strategic addition to their business (Todd, 2012).

Due to the increase in demand for high-quality and luxury medical tourism services, it is planned to start the additional professional education programs in the framework of the joint international tourism education program between Troyes School of Tourism, Leisure & Events Management (Y SCHOOLS, France) and Voronezh State University (Russia), based on the VSU Department of Recreational Geography, Regional Geography and Tourism. The joint educational programmes mentioned above are the following: “Hotel and restaurant management”, “Business and event tourism” and “Medical tourism”. It is expected that the educational process will be built in close mutually beneficial cooperation with leading international and local practitioners in tourism, medicine and pedagogy. Contemporaneously with an opportunity to apply the international experience of the medical tourism personnel training in practice, it is vital for Voronezh, as a famous medical centre of Russia, to share the local expertise in tourism and medical education (Ofitsial'nyi sait Voronezhskogo..., 2019).

Domestic scientists note the need to follow a systematic approach in matters of the effective implementation of tourism education programmes. (Timoshenko, 2013; Romanova et al., 2016; Ermakov, Bezrokova, 2019; Samsonova, 2015). It is worth noting that starting from 2017 tourism students of VSU are being trained at the Department of Recreational Geography, Country Studies and Tourism using Content and Language Integrated Learning technologies. CLIL Teaching Techniques was introduced at the Faculty of Geography, Geoecology and Tourism, and it found positive feedback from the domestic scientific community, tourism business and employers. (Timoshenko, 2020)

Russian scientists successfully applied the CLIL methodology in pedagogical activities through several international implementations and programmes. For example, one of the most significant successes of Walsall College and the Russian New University (Moscow) joint international tourism education program was marked in 2009. The collaboration was a bench of successful alumni, tourism and hotel managers, who are currently working in Russia and abroad. During that period, the curriculum mixing of RosNOU Tourism undergraduate programme and Walsall College disciplines of the British national diploma (HND) took place. Training in specialized tourism disciplines was conducted in English and under both British and Russian pedagogical standards. As a result, students effectively mastered technical tourism disciplines much more successfully and communication skills in tourism business language. They became noticeably ahead of their peers studying in classical Russian-speaking Tourism programmes, in which “English” and “Foreign language of professional communication” were included in the educational plan as independent disciplines. The teacher is given the role of coordinator, consultant, and integrator who maximises students’ independence and activity, helping to develop professional competencies for students in the Tourism program and increasing the level of competitiveness of future graduates (Timoshenko, 2019). In whole or in part, this pedagogical

experience may be applicable in preparing narrow-profile medical tourism specialists. Following the tourism education programme as the fundamental, students can also be provided with crucial medical basics and general knowledge of medical care and treatment in theory in the framework of an additional medical education program without the right to conduct medical practice.

From the point of view of organizing medical tourism in Russia and the Voronezh region in particular, there are two main areas and promising vectors of medical tourism development:

1. Local and domestic medical tourism;
2. Export of medical tourism services.

Suppose in the first direction the Voronezh region has sufficient experience in implementing medical and sanatorium-resort services for the population (particularly in the days of the Soviet Union and the period of the last decade), then in matters of receiving foreign guests arriving with medical tourism purposes. In that case, some several challenges and tasks must be solved to promote medical services of Voronezh for export successfully.

These include the following:

- 1 visa formalities (resolving issues of visa support for tourists);
- 2 statistics (actual registration of arrivals through organized tourism to consume the medical tourism service);
- 3 marketing research (identification of target and niche markets);
- 4 logistics and transportation (solving problems with access to medical facilities and filling out a tourist stay program following their physical capabilities and wishes, implementation of the “Accessible Environment” program);
- 5 low level of awareness (low quality of information content about the region’s potential in promoting medical and health tourism “for export” or its complete absence on the websites of medical institutions);
- 6 absence of a leading tour operator of medical tourism (no tour operator in the region is fully or within a separate department developing and promoting tourist routes to the global tourist market);
- 7 lack of skills to work with foreign guests and their accompanying persons, including relatives;
- 8 the problem of compliance with international standards of service and tourism;
- 9 effective communication issue (the staff providing the escort of tourists does not fully or insufficiently speaks the international language of business communication – English. (Timoshenko, 2009; Page, Connell, 2009). As a result, the tourist cannot speak Russian, and employees of a medical institution – in English);
- 10 exaggerated or inflated results of marketing research of analytical agencies to justify the opening of enterprises and inflated prices for medical care services (Cesario, 2018);
- 11 lack of an algorithm for conducting crisis communication in emergencies when working with tourists; and many others.

A significant advantage in promoting the Voronezh region’s medical services and forming a tourist product “for export” is the low cost of medical services and their high quality. Voronezh clinics (especially dental, cosmetic and others) note a high demand for their services among Muscovites and residents of neighbouring areas and other Russian regions due to the very favourable medical tourism offer. When promoting the region’s tourist services to the international market and the cost of the services themselves, it is also worth noting the favourable ruble exchange rate for foreign guests.

The region regularly holds events that stimulate the demand for medical tourism services: including congress and exhibition events, international scientific conferences and forums in medicine, tourism and recreation. However, they do not have a systematic approach in delivering information content and do not have a formulated brand of medical and health tourism in the Voronezh region.

## 5. Conclusion

Today, the region has a high potential for the development of health and medical tourism. The relatively low cost of medical services, the availability of highly qualified medical personnel, unique pieces of equipment in medical institutions, specialized consultative and diagnostic centres, and the Voronezh region’s substantial advantages. All mentioned above contribute to the active development of domestic and interregional medical tourism. The organization of short-term and long-term medical tours, specialized consultative and diagnostic services and other medical tourist

needs can be carried out through the region's authorized tour operator. A network of travel agencies, subagents, and direct sales of medical and sanatorium-resort treatment enterprises can be drivers of medical tourism promotion.

The main stages of medical tourism development for Voronezh are as follows. Firstly, it is necessary to determine the Voronezh region's tourist identity and the place of medical tourism in it. Secondly, to identify target markets by analyzing big data and current global trends in the formation of medical tourism flows. Thirdly, to bring the services of medical tourism and spa facilities in strict accordance with international standards. After conducting these main stages, the region can actively promote "export" medical services both through a system of exhibition events and actively promoting services via the Internet, social networks and personal presentation events and info tours for interested partners.

According to D. Koehl, there is a classification of crises in tourism, in which events related to the environment (geological, weather, etc.), social and political events (wars, terrorism, political riots, etc.), events, related to the threat to life and health of the population (epidemics, pandemics, etc.), technological events, economic events (financial crises, defaults, etc.), anthropogenic environmental disasters (Koehl, 2011).

In the current context of the COVID-19 pandemic, worldwide lockdown, quarantine, self-isolation and various levels of travel restrictions, the issue of mass travel arrangements is considered not highly relevant for an undetermined time (Official site of World Health Organization, 2020). The continued spread of the virus worldwide has led to a stock market crash that began in mid-February 2020 and created a crisis in the global travel services market. Even though the mentioned pandemic is not the subject of the present study and its correlation with Voronezh tourism development could not be carefully studied by finishing the present scientific article. Nevertheless, it should not rule out future research on the issue. At the same time, the fact that the specificity of the virus is an exacerbation of chronic diseases of the pulmonary system and damage to the respiratory system, which at the end of quarantine will cause an increased demand for health-improving and medical tourism services, services of sanatorium-and-spa institutions (especially as local tourism phenomenon), is already evident. All the types of tourism transportation and accommodation business, catering enterprises, etc. will have to face the special requirements for ensuring tourists' safety.

In this regard, the counties and regions, including the Voronezh region, should now evaluate the capacity and quality of services of specialized sanatorium and resort accommodation facilities for the full restoration and recreation of tourists, as well as take appropriate measures to ensure the safety of both tourists and staff involved in the implementation tourist product.

## 6. Acknowledgments

Above all, I would like to express gratitude and appreciation for my family, who, together with me, have been still being in isolation since March 2020. I express special gratitude to my beloved mother, Galina Lvovna Timoshenko, and my dear daughter, Galina Taheri.

The author expresses his personal gratitude to the rector of Sochi State University, Doctor of Economics, Professor Galina Maksimovna Romanova and Doctor of Medical Sciences, Professor Boris Anatolyevich Ermakov for the assistance provided, their valuable advice during the research and the high expert assessment of the study.

The idea to describe medical tourism's potential in the Voronezh region originated in me 12 years ago when I was working on my doctoral dissertation, the subject of tourism in the Voronezh region and its promotion features. Since then, the tourism and medical markets in Russia and Voronezh, in particular, have made great strides forward, which is reflected in this study. Therefore, finally, I also wish to thank Voronezh, Sochi, Russian and international medical communities' experts who have been a great source of support and inspired me to develop and continue my work on summarizing the crucial prospect and challenges for Voronezh medical tourism development. I do appreciate their valuable advice on comprehensive coverage of the problems posed.

## References

- Beech, 2010 – Beech, J., Chadwick, S. (2010). The business of tourism management. New York: Financial Times/Prentice Hall. 577 p.
- Béland, 2018 – Béland, D., Zarzeczny, A. (2018). Medical tourism and national health care systems: an institutionalist research agenda. *Global Health*. 14(68). DOI: <https://doi.org/10.1186/s12992-018-0387-0>

- [Berdine, 2019](#) – *Berdine, G.* (2019). Medical tourism. *The Southwest Respiratory and Critical Care Chronicles*. 7(28): 53-54. DOI: <https://doi.org/10.12746/swrccc.v7i28.546>
- [Cesario, 2018](#) – *Cesario, S.K.* (2018). Implications of Medical Tourism. *Nursing for Womens Health*. 22(3): 269-273.
- [Choi, 2015](#) – *Choi, H.C.* (2015). Medical tourism. *Encyclopedia of Tourism*. 1–3.
- [Coghlan, 2015](#) – *Coghlan, A.* (2015). Tourism and health: using positive psychology principles to maximise participants' wellbeing outcomes – a design concept for charity challenge tourism. *Journal of Sustainable Tourism*. 23: 382-400.
- [Cooper, 2008](#) – *Cooper, C.* (2008). *Tourism: principles and practice* (4th ed.) Harlow: Pearson Education Limited. 736 p.
- [Foster, 2020](#) – *Foster, S.C.* (2020). Practitioner Application. *Journal of Healthcare Management*. 65(2): 105-106.
- [Furmenko, 1968](#) – *Furmenko I. N.* (1968). *Ocherki istorii zdravookhraneniya Voronezhskogo kraja. [Essays on the history of health care in the Voronezh region]*. Vol 1-3. Voronezh: Voronezh State University Publishing House (In Russ.)
- [Holloway, 2007](#) – *Holloway J. C., & Taylor N.* (2007). *The business of tourism* (7th ed.). Harlow: Prentice Hall Financial Times.
- [Horowitz et al, 2007](#) – *Horowitz, M.D., Rosensweig, J.A., Jones, Ch.A* (2007). Medical tourism: globalisation of the healthcare marketplace. *MedGenMed : Medscape general medicine*. 9(4): 33.
- [Hyder et al, 2019](#) – *Hyder, A.S., Rydback, M., Borg, E., Osarenkhoe, A.* (2019). Medical tourism in emerging markets: The role of trust, networks, and word-of-mouth. *Health Marketing Quarterly*. 36(3): 203-219.
- [Koehl, 2011](#) – *Koehl, D.* (2011). *Toolbox for Crisis Communications in Tourism*. Madrid: World Tourism Organization. 108 p.
- [Marmion, 2020](#) – *Marmion, M., Hindley, A.* (2020). *Tourism and Health: Understanding the Relationship. Good Health and Well-Being. Encyclopedia of the UN Sustainable Development Goals*. Springer. Cham. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-95681-7\\_16](https://doi.org/10.1007/978-3-319-95681-7_16)
- [Official site of UNWTO, 2019](#) – Official site of UNWTO (2019). *Medical Tourism Takes Centre Stage in St Petersburg*. [Electronic resource]. URL: <https://www.unwto.org/medical-tourism-takes-centre-stage-st-petersburg> (date of access: 10.03.2020).
- [Official site of World Health Organization, 2020](#) – Official site of World Health Organization, 2020, *Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports*. [Electronic resource]. URL: <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/situation-reports> (date of access: 22.03.2020).
- [Ofitsial'nyi sait Departamenta..., 2020](#) – Ofitsial'nyi sait Departamenta zdravookhraneniya Voronezhskoi oblasti. *Istoriya razvitiya i stanovleniya sistem zdravookhraneniya Voronezhskoi oblasti* [Official site of the Department of Health of the Voronezh region]. [Electronic resource]. URL: <https://zdrav36.ru/istoriya> (date of access: 20.03.2020). [in Russian]
- [Ofitsial'nyi sait Dvortsovogo kompleksa..., 2020](#) – Ofitsial'nyi sait Dvortsovogo kompleksa Ol'denburgskikh [Official site of the Oldenburgsky Palace Complex]. 2020. [Electronic resource]. URL: <https://dvoretsvramoni.ru/> (date of access: 20.05.2020). [in Russian]
- [Ofitsial'nyi sait Federal'nogo agentstva..., 2019](#) – Ofitsial'nyi sait Federal'nogo agentstva po turizmu Rossiiskoi Federatsii (2019). *Edinyi federal'nyi reestr turoperatorov* [Official site of the Federal Agency for Tourism of Russian Federation, (2019). *Unified federal register of tour operators*]. [Electronic resource]. URL: <https://www.russiatourism.ru/operators/> (date of access: 15.05.2020). [in Russian]
- [Ofitsial'nyi sait Mezhregional'nogo..., 2020](#) – Ofitsial'nyi sait Mezhregional'nogo meditsinskogo tsentra rannei diagnostiki i lecheniya raka, Voronezh, Rossiya (2020). *O tsentr* [Official site of The Interregional Medical Center for Early Diagnosis and Treatment of Cancer, Voronezh, Russia (2020)], *O centre*. [Electronic resource]. URL: <http://oncoclinic.su/> (date of access: 20.03.2020). [in Russian]
- [Ofitsial'nyi sait Pravitel'stva Voronezhskoi oblasti, 2020](#) – Ofitsial'nyi sait Pravitel'stva Voronezhskoi oblasti [Official site of the Voronezh Region Government]. *Upravlenie predprinimatel'stva i trgovli Voronezhskoi oblasti*. [Electronic resource]. URL: <https://www.govrn.ru/ispolnitelnye-organy-gosudarstvennoj-vlasti> (date of access: 14.03.2020). [in Russian]

**Ofitsial'nyi sait Voronezhskogo...**, 2019 – Ofitsial'nyi sait Voronezhskogo gosudarstvennogo universiteta (2019). Vserossiiskii den' MICE 2019 v Moskve [Official site of Voronezh State University, (2019). All-Russian MICE Day 2019 in Moscow]. [Electronic resource]. URL: <https://www.vsu.ru/ru/news/feed/2019/10/11567> (date of access: 10.03.2020). [in Russian]

**Page, 2009** – Page, S.J., Connell, J. (2009). *Tourism: a modern synthesis* (3d ed.). Hampshire: South-Western. 688 p.

**Rai, 2019** – Rai, A. (2019). *Medical Tourism: An Introduction*. Medical Tourism in Kolkata, Eastern India. *Global Perspectives on Health Geography*. Springer. Cham. DOI: [https://doi.org/10.1007/978-3-319-73272-5\\_1](https://doi.org/10.1007/978-3-319-73272-5_1)

**Romanova et al., 2016** – Romanova, G., Maznichenko, M., Neskoromnyh, N. (2016). Systematic Approach to the Goalsetting of Higher Education in the Field of Tourism and Hospitality. *European Journal of Contemporary Education*. 17(3): 344-356.

**Samsonova, 2015** – Samsonova, N.V. (2015). Modernisation of educational programs: from professional standard to educational results. *Vestnik Baltiiskogo federal'nogo universiteta im. I. Kanta. Seriya: Filologiya, Pedagogika, Psikhologiya*. 11: 14-20. [in Russian]

**Strategiya razvitiya turizma...**, 2019 – Strategiya razvitiya turizma v Rossiiskoi Federatsii do 2035 goda. Ministerstvo ekonomiki Rossiiskoi Federatsii. 2019 g. [Strategiya razvitiya turizma v Rossiiskoy Federatsii do 2035 goda. Ministry of Economy of the Russian Federation, 2019]. [Electronic resource]. URL: [https://economy.gov.ru/material/file/fb8a4b084460e064e787d6f199dba82e/strategiya\\_razvitiya\\_turizma.pdf](https://economy.gov.ru/material/file/fb8a4b084460e064e787d6f199dba82e/strategiya_razvitiya_turizma.pdf) (date of access: 10.03.2020). [in Russian]

**Timoshenko, 2009** – Timoshenko, D.S. (2009). Problemy razvitiya turisticheskogo rynka Rossiiskoy Federatsii i podgotovki professional'no oriyentirovannykh kadrov sfery turizma v period mirovogo finansovo-ekonomicheskogo krizisa [Russian tourism market challenges and tourism education development in the period of the global financial and economic crisis]. *Vestnik Rossiiskogo Novogo Universiteta. Seriya: Chelovek i obshchestvo*. 3: 125-130. [in Russian]

**Timoshenko, 2013** – Timoshenko, D.S. (2013). Formirovaniye tekhnologii prodvizheniya turistskikh uslug na regional'nom urovne [The creation of regional tourism promoting technology]. Moscow. [in Russian]

**Timoshenko, 2019** – Timoshenko, D.S. (2019). Tekhnologii formirovaniya inoyazychnoy kommunikativnoy kompetentsii konkurentosposobnogo spetsialista v sfere turizma [Technologies for the formation of a foreign language communicative competence of a competitive tourism specialist]. Voronezh. Pp. 349-356. [in Russian]

**Timoshenko, 2020** – Timoshenko, D.S. (2020). Innovatsionnye podkhody i tekhnologii v turistskoi pedagogike [Innovative approaches and technologies in Tourism Pedagogy]. *Vestnik VGU. Seriya: Geografiya. Geoekologiya*. 1: 115-123. DOI: <https://doi.org/10.17308/geo.2020.1/2669> [in Russian]

**Todd, 2012** – Todd, M. (2012). *Medical Tourism Facilitator's Handbook* New York: Productivity Press. DOI: <https://doi.org/10.1201/b11729>

**Voronezhstat, 2020** – Voronezhstat. Voronezhskaya oblast' v tsifrakh 2019. [Official site of Voronezhstat. Voronezhskaya oblast' v tsifrakh 2019] [Official site of Voronezhstat]. [Electronic resource]. URL: <https://voronezhstat.gks.ru/folder/41052> (date of access: 20.03.2020). [in Russian]

**Whittaker, 2008** – Whittaker, A. (2008). Pleasure and pain: Medical travel in Asia. *Global Public Health*. 3(3): 271-290. DOI: <https://doi.org/10.1080/17441690701463936>

**Ermakov, 2019** – Ermakov, B.A., Bezrokova, Z.O (2019). Sanatarno-kurortnaya sfera Rossiiskoy Federatsii: stagnatsiya ili novaya paradigma. [The spa sector of the Russian Federation: stagnation or a new paradigm.]. *Vestnik Natsional'noy akademii turizma*. 1/49: 17-20.

УДК 91:33:378

## Генезис, проблемы и перспективы развития медицинского туризма Воронежской области Российской Федерации

Диана Сергеевна Тимошенко <sup>а, \*</sup>

<sup>а</sup> Воронежский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** Настоящая статья представляет собой исследование генезиса медицинского туризма в Воронежской области, а также обобщает основные проблемы и перспективы развития медицинского туризма Воронежской области Российской Федерации. Применяется диалектический метод, также общелогические, теоретические и эмпирические методы. Анализируются исторические факторы и предпосылки, определяющие становление и развитие воронежской медицины как отрасли научной и практической деятельности. Проведен анализ характерных направлений организации и реализации рекреационных услуг Воронежской области, а также модификации бизнес-процессов в сфере медицинского туризма региона. В результате выявлены перспективные направления продвижения медицинского туризма, описаны ключевые компетенции работников туристской индустрии, реализующие продукт медицинского туризма региона и услуги санаторно-курортного лечения. Медицинский туризм Воронежской области имеет большой потенциал. Сформулированные предложения по совершенствованию продвижения медицинского туризма Воронежской области могут быть успешно внедрены в циклы производства и реализации продукта медицинского туризма. Предложенные инновационные педагогические технологии для совершенствования организации образовательного процесса узкоспециализированных кадров медицинского туризма могут быть использованы в актуальных условиях экономического развития и текущей глобальной пандемии коронавирусной инфекции COVID-19.

**Ключевые слова:** Воронежская область, Российская Федерация, медицинский туризм, санаторно-курортное лечение, туристская педагогика, подготовка узкоспециализированных кадров в туризме, предметно-языковое интегрированное обучение в медицинском туризме.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [artemideus@gmail.com](mailto:artemideus@gmail.com) (Д.С. Тимошенко)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 425-433

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



## Scientific Life

UDC 338.22.01

### **Krasnodar Regional Public Organization of the Free Economic Society of Russia: Results in the year of the 255th Anniversary of the VEO of Russia**

Yuri I. Verbin <sup>a</sup>, Elena K. Vorobey <sup>a,\*</sup>

<sup>a</sup> Sochi State University, Russian Federation

#### **Abstract**

The Free Economic Society is one of the oldest public organizations in Russia, which unites economists and managers, financiers, educators, and banks. The purpose of the existence of the Free Economic Society is to strengthen the Russian economy as a whole, and individual regions in all sectors of the national economy. The formation of the VEO is associated with the decree of the Empress of the Russian state Catherine II, in which the name of the society was given – "The Imperial Free Economic Society of Russia" and the main principles of its activities were determined: to serve the Russian state, to provide an independent and objective approach, representing various points of view, combining for this constructive forces of the country: from the ruling to the opposition. Today the Free Economic Society of Russia is the spiritual successor and successor of the traditions of the imperial Free Economic Society. This society operates throughout Russia. In the year 255th anniversary of the oldest public organization in Russia – VEO of Russia – one of the youngest regional organizations – the Krasnodar regional public organization VEO of Russia – summarizes its contribution to the educational activities of the society.

**Keywords:** Free Economic Society, anniversary, strengthening of the Russian economy, independent and objective approach, Krasnodar.

#### **1. Введение**

В 2020 году Вольному экономическому обществу России исполнилось 255 лет. ВЭО России – старейшая в мире научно-общественная организация, первый институт гражданского общества в России, который был создан по указу императрицы Екатерины второй. Инициаторами создания Вольного экономического общества в Российской империи были известные государственные деятели граф Р.И. Воронцов, князь Г.Г. Орлов, граф И.Г. Чернышёв, сенатор А.В. Олсуфьев и другие. В послании императрице Екатерине II о разрешении формирования этого общества они написали, что намерены попытаться общим трудом исправить Земледелие и Домостроение (255 лет..., 2020).

Выразив полное согласие с программой и уставом организации, Екатерина II утвердила название – "Императорское вольное экономическое общество России". И в знак благосклонности разрешила использовать свой герб и девиз в символике Общества: "Пчелы в улей мед приносящие" с надписью: "полезное". Екатерина II определила два основных принципа деятельности ВЭО: быть "Императорским" (государевым) – служить Русскому

\* Corresponding author

E-mail addresses: [vorobei.sochi@yandex.ru](mailto:vorobei.sochi@yandex.ru) (E.K. Vorobey), [verbinui@mail.ru](mailto:verbinui@mail.ru) (Yu.I. Verbin)

государству; быть "Вольным" – обеспечивать независимый и объективный подход, представляя различные точки зрения, объединяя для этого конструктивные силы страны: от правящей до оппозиционной.

В работе ВЭО России принимали участие выдающиеся экономисты, ученые, просветители, государственные деятели, в разные годы являвшиеся членами Общества: Леонард Эйлер, Дмитрий Менделеев, Николай Бекетов, Михаил Кутузов, Фаддей Беллинсгаузен, Иван Крузенштерн, Николай Миклухо-Маклай, Гавриил Державин, Лев Толстой, Александр Радищев, Николай Мордвинов, Григорий Орлов, Роман Воронцов, Михаил Сперанский, Петр Столыпин, Сергей Витте.

Императорское ВЭО России имело большие заслуги перед российским государством, служило целям и практическим делам просвещения.

В настоящее время Вольное экономическое общество России является духовным продолжателем и продолжает традиций императорского Вольного экономического общества.

## 2. Материалы и методы

Новейшая история ВЭО России связана с именами таких выдающихся ученых и общественных деятелей современной России, как Л.И. Абалкин, А.Г. Аганбегян, С.Д. Бодрунов, С.Ю. Глазьев, Р.С. Гринберг, В.В. Ивантер, С.П. Капица, А.Л. Кудрин, А.В. Мурычев, Г.Х. Попов, Е.М. Примаков, Г.А. Тосунян, Г.Н. Цаголов, Н.П. Шмелев, А.Н. Шохин, Е.Г. Ясин и другие.

Сегодня ВЭО России включает 65 региональных общественных организаций, 1,5 млн. участников всероссийских просветительских проектов, 50 тыс. участников форумов, конференций, круглых столов, сессий, 300 тыс. ученых, специалистов и практиков в области экономики и управления. Члены организации объединили усилия для развития и укрепления экономики России, регионов и муниципальных образований, популяризации экономических знаний, поддержки работы молодых экономистов.

Методологической основой исследования является применение общепризнанных научных методов познания – диалектического, анализ и правового, системно-структурного, формально-логического.

## 3. Результаты

11 ноября 2020 года состоялось V (юбилейное) Всероссийское экономическое собрание, посвященное 255-летию Вольного экономического общества России и профессиональному празднику "День экономиста". Тема совещания 2020 года: "Национальные цели развития: стратегия успеха". Встреча проходила в гибридном оффлайн и онлайн формате. К работе Собрания присоединились около 5 тыс. человек из 75 субъектов РФ и 6 иностранных государств – руководители и представители комитетов Совета Федерации и Государственной Думы, региональных администраций, общественных учреждений, профильных агентств, Евразийской экономической комиссии, представители реального сектора экономики, академического, образовательного и экспертного сообществ. Работу Совещания освещала "Российская газета", официальный партнер ВЭО России, ТАСС, генеральный партнер ВЭО России, Общественного телевидения России и другие СМИ.

Собрание открыл президент ВЭО России, президент Международного союза экономистов, эксперт РАН, директор Института нового индустриального развития им. С.Ю. Витте, д-р экон. наук, профессор Сергей Дмитриевич Бодрунов. В своем выступлении он отметил, что на площадках региональных организаций ВЭО России разрабатываются научно-исследовательские предложения по построению эффективной организации инновационного развития российской экономики. Кризис обострил и ускорил процессы, на которые мы указывали во время наших экспертных сессий. Пандемия коронавируса – это новый переломный этап в истории российской экономики. Наша задача сегодня – проявить стратегическую мудрость, чтобы правильно выбрать траекторию дальнейшего развития» (255 лет..., 2020).

Краснодарская региональная общественная организация Вольного экономического общества России является самой молодой в составе региональных организаций ВЭО России. Она образована путем перерегистрации Сочинской региональной общественной организации Вольного экономического общества России (создана 18.05.2016 г. на учредительной конференции, проведенной в г. Сочи на базе ФГБОУ ВО «Сочинский

государственный университет») 16.12.2019г. на общем собрании учредителей, проведенном в г. Сочи. Полное наименование: «Краснодарская региональная общественная организация Вольного экономического общества России». Сокращенное наименование организации «КРОО ВЭО России» (Устав..., 2019).

Основные направления деятельности: экспертная и аналитическая образовательная и информационно-просветительская, научная и исследовательская, деятельность по организации и проведению публичных мероприятий в области экономики и смежных отраслей знаний, осуществление научных исследований и внедрение в образовательную практику результатов исследований в области экономики и смежных отраслей знаний, а также разработка и внедрение перспективных образовательных программ, проведение экспертиз учебных, учебно-методических материалов, произведений научной, научно-популярной литературы и иных материалов в области экономики и смежных отраслей знаний.

За небольшой промежуток времени Краснодарская региональная общественная организация Вольного экономического общества России провела большую работу по проведению и участию в крупномасштабных мероприятиях страны, Краснодарского края, города Сочи.

В рамках Московского академического экономического форума – 2019 "Перспективы социально-экономического развития и роль науки: академический дискурс" на региональной площадке Краснодарской региональной общественной организации ВЭО России состоялась научно-исследовательская конференция на тему "Устойчивое развитие экономики региона" (Перспективы..., 2019). Организаторами конференции выступили ФГБОУ ВО "Сочинский государственный университет", Сочинский исследовательский центр РАН, Краснодарский филиал ФГБОУ ВО "Финансовый университет при Правительстве РФ" и Краснодарская региональная общественная организация "ВЭО России". В ходе конференции было представлено 30 презентаций, которые вызвали научный интерес и острые дискуссии участников. В докладах спикеров конференции обсуждались такие ключевые проблемы, как стратегия развития Краснодарского края и других регионов России; "умные города" и "умные курортные территории"; управление проектами как инструмент устойчивого регионального развития; потенциал для интеграционного развития территорий; транспортная логистика территориально-пространственных и транспортных проектов страны; "зеленые" инвестиции как элемент механизма экологизации региональной экономики; проблемы развития регионального страхового рынка; правительственная поддержка как движущая сила устойчивого регионального экономического развития; текущие показатели оценки устойчивого развития; задачи и решения в области комплексного управления прибрежными зонами; этнокультурные технологии как ресурс экономического развития регионов и др. По итогам обсуждения научных докладов региональной площадки были выработаны направления дальнейших социально-экономических научных исследований и их научно-организационная поддержка.

В 2020 году темой МАЭФ-2020 стала ситуация с коронавирусом: Постпандемический мир и Россия: новая реальность? В мероприятиях форума приняло участие около 2000 человек из 62 регионов России и 10 стран мира – США, Великобритании, Канады, Австрии, Германии, Узбекистана и др. (255 лет..., 2020).

Краснодарская региональная общественная организация ВЭО России регулярно проводит научные сессии «Приоритеты и пути устойчивого развития экономики» (Научная сессия..., 2018). Научная сессия посвящена приоритетным для жителей страны вопросам: рост благосостояния и уровня занятости населения, борьба с бедностью, повышение образовательного уровня, совершенствование институциональных условий развития экономики. В работе научной сессии принимают участие представители региональных министерств и ведомств, муниципальных образований, частного бизнеса и предпринимателей Юга России, эксперты и научные работники, аспиранты и студенты. В 2020 году прошел круглый стол: «Постпандемическая экономика: последствия и новые реалии», по результатам обсуждения которого был подготовлен и опубликован сборник трудов участников.

В Сочинском государственном университете, опорном вузе Краснодарского края, совместно с Краснодарской региональной общественной организацией ВЭО России при поддержке Администрации Сочи в 2019 году прошла Всероссийская молодежная проектная школа "Умный Сочи – комфортная среда: устойчивое развитие умных городов". Студентами Школы стали школьники и студенты российских вузов, которые работали над своими

проектами при экспертной поддержке представителей Администрации Сочи и факультета экономики и процессов управления Сочинского государственного университета. В ходе своей работы они изучали особенности технологий "умного города" и их использование в Сочи, возможности реализации своих проектов в рамках программ поддержки малого бизнеса, использование умной системы портала МСП "Бизнес-навигатор" при планировании будущего и продвижении существующего бизнеса на основе искусственного интеллекта, особенности работы в команде ([Всероссийская молодежная проектная школа..., 2019](#)).

Лекции, мастер-классы и проектная работа дополнили поездки по самым современным инфраструктурным объектам Сочи, что позволило изучить элементы, интегрированные в систему умного и безопасного города, а также возможности для реализации будущих проектов.

На базе Сочинского государственного университета и Университетского экономико-технологического колледжа СГУ регулярно проводится образовательная акция "Всероссийский экономический диктант", организованная Вольным экономическим обществом России и Международным союзом экономистов. Тема диктанта – "Сильная экономика – процветающая Россия". Ежегодно в акции принимают участие тысячи человек – школьники, учащиеся колледжей, студенты высшей школы, преподаватели, населения города. 2020 год не стал исключением, Всероссийский экономический диктант был успешно проведен в онлайн режиме на базе региональной площадки КРОО ВЭО России.

Совместно с Краснодарской региональной общественной организацией ВЭО России СГУ организовал лекцию-дискуссию "Россия и мир: понимание будущего", в которой приняли участие около 300 студентов. Егорченков, первый заместитель директора Института стратегических исследований и прогнозов РУДН Н.С. Данюк, заместитель директора Института стратегических исследований и прогнозов, П.Я. Фельдман, историк, журналист, ведущий радио "FM-сообщения" А.С. Гаспаряна выступили спикерами мероприятия. Были затронуты вопросы информационной политики, позиции России в информационной борьбе и информационной гигиены. Студентов волновало, как отличить правдивую информацию в соцсетях от заведомо ложной, и насколько приемлемым для России является формат официальных аккаунтов политиков в социальных сетях как средство распространения информации ([Лекция-дискуссия..., 2019](#)).

Краснодарская региональная общественная организация ВЭО России совместно с Сочинским государственным университетом является региональной площадкой Олимпиады по финансовой грамотности для студентов высших учебных заведений и профессиональных образовательных организаций Краснодарского края. Олимпиада по финансовой грамотности входит в федеральный проект и краевую программу «Социально-экономического развития Краснодарского края». Ежегодно в Олимпиадах по финансовой грамотности принимают участие более 20 команд с общим количеством участников более 140 человек. На олимпиаду приезжают команды из Краснодара, Новороссийска, Армавира, Сочи и других городов Краснодарского края ([Олимпиада по финансовой грамотности..., 2019](#)).

Важными достижениями КРОО ВЭО России по содействию в решении задач социально-экономического развития Краснодарского края состоят в проведении исследований в рамках реализации Стандарта развития конкуренции.

В связи с внедрением Стандарта развития конкуренции в субъектах Российской Федерации в соответствии с распоряжением Правительства РФ от 05.09.2015 № 1738, распоряжением Правительства РФ от 17 апреля 2019 года № 768-р "Стандарт развития конкуренции в субъектах Российской Федерации", распоряжением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 20.11.2015 № 455-р министерство экономики Краснодарского края, распоряжением главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 05.09.2019 года № 284-р «Об утверждении перечня товарных рынков для содействия развитию конкуренции в Краснодарском крае» совместно с ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет» при участии КРОО ВЭО России проводит мониторинги социально значимых и приоритетных рынков (распоряжение главы администрации (губернатора) Краснодарского края от 15.03.2016 № 79-р):

- рынок санаторно-курортных и туристских услуг;
- рынок медицинских услуг;
- рынок розничной торговли;
- рынок услуг в сфере жилищно-коммунального хозяйства;
- рынок услуг перевозок пассажиров наземным транспортом;

- рынок услуг психолого-педагогического сопровождения детей с ограниченными возможностями здоровья;
- рынок финансовых услуг (<https://sutr.ru/faculties/feipu/standart.php>).

Результаты мониторингов размещены на официальном сайте Министерства экономики Краснодарского края (<https://economy.krasnodar.ru/standart-razvit-konkurencii/vnedrenie-standarta-s-2019-goda/monitoring-provedennyu-vuzami.php>) и используются для оценки состояния и определения перспектив развития конкурентной среды на приоритетных и социально значимых рынках субъекта, позволяют выявить ключевые факторы, ограничивающие здоровую конкуренцию на конкретных рынках товаров и услуг края, создать более комфортные условия для развития бизнеса, оказать реальную поддержку и защиту предпринимателям регион.

В рамках мероприятий, посвященных 255-летию Вольного экономического общества России, Краснодарская региональная общественная организация приняла участие в образовательно-просветительских мероприятиях, конкурсных проектах, направленных на сохранение и популяризацию культурного наследия Императорского ВЭО и деятельности Вольного экономического общества России. На конкурс «Лучшая научно-творческая работа профессорско-преподавательского состава и обучающихся СГУ» была представлена конкурсная работа члена КРОО ВЭО России А.А. Андреевой, выполненная на тему: «Финансовая грамотность населения и её значение в развитии банковских услуг». Работа удостоена грамоты за победу в конкурсе.

На конкурс «Лучшая научно-творческая работа профессорско-преподавательского состава и обучающихся СГУ» представлена конкурсная работа членов КРОО ВЭО России Ю.И. Вербина и В.И. Шаповалова, выполненная на тему: «Оценка вклада олимпийского наследия в развитие туристского пространства (на примере города Сочи)». Работа удостоена грамоты за победу в конкурсе ([Конкурс на лучшую научно-творческую..., 2020](#)).

Основными достижениями Краснодарской региональной общественной организации ВЭО России по содействию в решении задач развития региона явились следующие работы:

1) Совместно с Сочинским государственным университетом проводится работа по привлечению и последующему трудоустройству в Краснодарском крае талантливых абитуриентов РФ с целью обучения в СГУ совместно с Институтом международного гостиничного и туристского менеджмента «Ватель» (Hotel & Tourism business school) по направлению элитного бакалавриата по программе двойных дипломов:

- диплом бакалавра «Гостиничное дело» (СГУ);
- европейский диплом бакалавра «Международный гостиничный менеджмент» (Ватель).

2) Совместно с Сочинским государственным университетом, АНО «Море идей» организована работа по вовлечению молодежи региона в инновационное предпринимательство:

- на базе СГУ действует Центр молодежного инновационного творчества;
- организовано отраслевое мероприятие DemoDayTravel&HoReCa, направленное на взаимодействие основателей стартап-проектов и представителей реального сектора экономики, формирование инновационного сообщества города Сочи и развитие российского инновационного предпринимательства.

3) Совместно с СГУ, Гарантийным фондом поддержки субъектов малого предпринимательства Краснодарского края, АО «Корпорация «МСП» реализован проект «Академия предпринимательства».

4) При участии Краснодарской региональной организации ВЭО России Сочинским государственным университетом привлечены в регион ключевые субъекты развития социального предпринимательства в РФ:

- Российский Фонд «Наше будущее»;
- АНО «Новые технологии развития»;
- Омская региональная общественная организация «Центр инноваций социальной сферы»;
- АНО «Центр инноваций социальной сферы Кабардино-Балкарской Республики» и другие.

5) На основе договора о сотрудничестве с Сочинским государственным университетом, выступающим Региональной площадкой Фонда региональных социальных программ «Наше будущее», проводится работа по популяризации социального предпринимательства в

Краснодарском крае, в рамках которой осуществляется обучение соискателей основам подготовки социальных инновационных проектов.

б) При участии Краснодарской региональной организации ВЭО России Сочинским государственным университетом созданы:

- Экспертно-аналитический центр «Агентство современных технологий устойчивого развития туризма», позволяющий эффективно осуществлять научно-исследовательскую, инновационную и экспертно-аналитическую деятельность, направленную на решение актуальных задач региона;

- «Информационно-аналитический и методический офис по туризму», осуществляющий информационно-аналитическое и методическое сопровождение региональных предприятий туристической и государственных органов управления.

Работа Краснодарской региональной общественной организации ВЭО России в 2020 году отмечена специальной премией Общероссийской общественной организации «Вольное экономическое общество России» «За лучшие региональные практики».

#### **4. Заключение**

Вольное экономическое общество было и остается одним из ведущих институтов гражданского общества в стране, способствует выработке общего понимания приоритетов и направлений модернизации, научно-технического, социально-экономического, интеллектуального развития страны и общества – отметил Президент Российской Федерации В.В. Путин.

Для Вольного экономического общества России 2020 год – знаковый – старейшая общественная организация отмечает 255 лет. С начала своего существования ВЭО России уделяет особое внимание развитию творческого потенциала молодежи.

Образовательные проекты Вольного экономического общества России, которые организуются совместно с Международным союзом экономистов: Всероссийский конкурс молодежных исследований "Экономический рост России", Всероссийский экономический диктант, Фестиваль экономической науки – призваны помочь одаренной инициативной молодежи в стремлении работать на благо своей страны.

Проведение подобных мероприятий имеет особое значение в современных условиях, которые требуют консолидации усилий государства и институтов гражданского общества по обеспечению устойчивого развития и процветания России. В этих проектах активно участвует Краснодарская краевая общественная организация ВЭО России.

#### **Литература**

**255 лет..., 2020** – 255 лет Вольному экономическому обществу России // *Экономист*. Спецвыпуск № 8. Уральский государственный экономический университет, октябрь, 2020.

**X Международная..., 2018** – X Международная научно-практическая конференция «Олимпийское наследие и крупномасштабные мероприятия: влияние на экономику, экологию и социокультурную сферу принимающих дестинаций». г. Сочи, 17-18 мая 2018 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**XI международная международная..., 2019** – XI международная научно-практическая конференция «Олимпийское наследие и крупномасштабные мероприятия: влияние на экономику, экологию и социокультурную сферу принимающих дестинаций». г. Сочи, 14-15 ноября 2019 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**XI международная..., 2019** – XI международная научно-практическая конференция «Олимпийское наследие и крупномасштабные мероприятия: влияние на экономику, экологию и социокультурную сферу принимающих дестинаций». г. Сочи, 14-15 ноября 2019 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Бизнес тренинги..., 2019** – Бизнес тренинги в рамках Национального проекта «МСП и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы» по программе Акселератор «Открой свое дело». г. Сочи, 25 ноября – 6 декабря 2019 г. (при поддержке УНО «Фонд развития бизнеса Краснодарского края», Администрации Краснодарского края, Администрации города Сочи и ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Всероссийская молодежная проектная школа..., 2019** – Всероссийская молодежная проектная школа «Умный Сочи – комфортная среда: устойчивое развитие умных городов». г. Сочи, сентябрь 2019 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ» при поддержке Администрации г. Сочи).

**Конкурс на лучшую научно-творческую..., 2020** – Конкурс на лучшую научно-творческую работу среди преподавателей, аспирантов, студентов Сочинского государственного университета г. Сочи, 21 января 2020 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Круглый стол..., 2018** – Круглый стол «Крупномасштабные мероприятия в сфере туризма и их влияние на экономику и социум региона» г. Сочи, 14 июня 2018 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Лекция-дискуссия..., 2019** – Лекция-дискуссия «Россия и мир: понимание будущего». г. Сочи, 18 октября 2019 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Научная сессия..., 2018** – Научная сессия Вольного экономического общества России «Приоритеты и пути устойчивого развития экономики». г. Сочи. 11-14 июня 2018 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Научная сессия..., 2019** – Научная сессия ВЭО России «Приоритеты и пути устойчивого развития экономики». г. Сочи, 4-6 июля 2019 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Научно-исследовательский..., 2018** – Научно-исследовательский семинар «Актуальные проблемы устойчивого развития экономики Юга России». г. Сочи, 25 мая 2018 г. (совместно с ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Научно-практический семинар..., 2018** – Научно-практический семинар «Повышение финансовой грамотности в Российской Федерации: от реализации проекта Минфина России к запуску государственной Стратегии». г. Сочи, 19 сентября 2018 г. (совместно с Министерством экономики Краснодарского края, ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Олимпиада по финансовой грамотности..., 2019** – Олимпиада по финансовой грамотности для студентов высших учебных заведений и профессиональных образовательных организаций г. Сочи, 23-25 октября 2019 г. (совместно с Министерством экономики Краснодарского края, ФГБОУ ВО «СГУ»).

**Перспективы..., 2019** – Перспективы социально-экономического развития и роль науки: академический дискурс. Московский академический экономический форум / Труды Вольного экономического общества России. Т. 218, М.: 2019.

**Устав..., 2019** – Устав Краснодарской региональной общественной организации ВЭО России. Сочи, 2019.

## References

**255 let..., 2020** – 255 let Vol'nomu ekonomicheskomu obshchestvu Rossii [255 years of the Free Economic Society of Russia]. *Ekonomist. Spetsvyпуск № 8. Ural'skii gosudarstvennyi ekonomicheskii universitet, oktyabr', 2020.* [in Russian]

**Biznes treningi..., 2019** – Biznes treningi v ramkakh Natsional'nogo proekta «MSP i podderzhka individual'noi predprinimatel'skoi initsiativy» po programme Akselerator «Otkroi svoe delo» [Business trainings within the framework of the National project "SMEs and support for individual entrepreneurial initiative" under the Accelerator program "Open your own business"]. г. Сочи, 25 noyabrya – 6 dekabrya 2019 g. (pri podderzhke UNO «Fond razvitiya biznesa Krasnodarskogo kraya», Administratsii Krasnodarskogo kraya, Administratsii goroda Sochi i FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

**Konkurs na luchshuyu nauchno-tvorcheskuyu..., 2020** – Konkurs na luchshuyu nauchno-tvorcheskuyu rabotu sredi prepodavatelei, aspirantov, studentov Sochinskogo gosudarstvennogo universiteta g. Sochi, 21 yanvarya 2020 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU») [Competition for the best scientific and creative work among teachers, graduate students, students of the Sochi State University, Sochi, January 21, 2020 (together with FSBEI HE "SSU")]. [in Russian]

**Kruglyi stol..., 2018** – Kruglyi stol «Krupnomasshtabnye meropriyatiya v sfere turizma i ikh vliyanie na ekonomiku i sotsium regiona» [Round table "Large-scale events in the field of tourism and their impact on the economy and society of the region"]. г. Сочи, 14 iyunya 2018 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

**Lektsiya-diskussiya..., 2019** – Lektsiya-diskussiya «Rossiya i mir: ponimanie budushchego» [Lecture-discussion "Russia and the world: understanding the future"]. г. Сочи, 18 oktyabrya 2019 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

**Nauchnaya sessiya..., 2018** – Nauchnaya sessiya Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii «Prioritety i puti ustoichivogo razvitiya ekonomiki» [Scientific session of the Free Economic Society of Russia "Priorities and ways of sustainable economic development"]. г. Сочи 11-14 iyunya 2018 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

[Nauchnaya sessiya..., 2019](#) – Nauchnaya sessiya VEO Rossii «Priority i puti ustoichivogo razvitiya ekonomiki» [Scientific session of the VEO of Russia "Priorities and ways of sustainable economic development"]. g. Sochi, 4-6 iyulya 2019 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

[Nauchno-issledovatel'skii..., 2018](#) – Nauchno-issledovatel'skii seminar «Aktual'nye problemy ustoichivogo razvitiya ekonomiki Yuga Rossii» [Research seminar "Actual problems of sustainable development of the economy of the South of Russia"]. g. Sochi, 25 maya 2018 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

[Nauchno-prakticheskii seminar..., 2018](#) – Nauchno-prakticheskii seminar «Povyshenie finansovoi gramotnosti v Rossiiskoi Federatsii: ot realizatsii proekta Minfina Rossii k zapusku gosudarstvennoi Strategii» [Scientific and practical seminar "Improving financial literacy in the Russian Federation: from the implementation of the project of the Ministry of Finance of Russia to the launch of the state Strategy"]. g. Sochi, 19 sentyabrya 2018 g. (sovmestno s Ministerstvom ekonomiki Krasnodarskogo kraja, FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

[Olimpiada po finansovoi gramotnosti..., 2019](#) – Olimpiada po finansovoi gramotnosti dlya studentov vysshikh uchebnykh zavedenii i professional'nykh obrazovatel'nykh organizatsii g. Sochi [Olympiad in financial literacy for students of higher educational institutions and professional educational organizations in Sochi]. 23-25 oktyabrya 2019 g. (sovmestno s Ministerstvom ekonomiki Krasnodarskogo kraja, FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

[Perspektivy..., 2019](#) – Perspektivy sotsial'no-ekonomicheskogo razvitiya i rol' nauki: akademicheskii diskurs. Moskovskii akademicheskii ekonomicheskii forum [Prospects for socio-economic development and the role of science: academic discourse. Moscow Academic Economic Forum]. *Trudy Vol'nogo ekonomicheskogo obshchestva Rossii*. T. 218, M.: 2019. [in Russian]

[Ustav..., 2019](#) – Ustav Krasnodarskoi regional'noi obshchestvennoi organizatsii VEO Rossii [Charter of the Krasnodar regional public organization VEO of Russia]. Sochi, 2019. [in Russian]

[Vserossiiskaya molodezhnaya proektnaya shkola..., 2019](#) – Vserossiiskaya molodezhnaya proektnaya shkola «Umnyi Sochi – komfortnaya sreda: ustoichivoe razvitie umnykh gorodov» [All-Russian youth project school "Smart Sochi – a comfortable environment: sustainable development of smart cities",]. g. Sochi, sentyabr' 2019 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU» pri podderzhke Administratsii g. Sochi). [in Russian]

[X Mezhdunarodnaya..., 2018](#) – X Mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Olimpiiskoe nasledie i krupnomasshtabnye meropriyatiya: vliyanie na ekonomiku, ekologiyu i sotsiokul'turnuyu sferu prinimayushchikh destinatsii» [X International scientific and practical conference "Olympic heritage and large-scale events: impact on the economy, ecology and socio-cultural sphere of host destinations"]. g. Sochi, 17-18 maya 2018 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

[XI mezhdunarodnaya mezhdunarodnaya..., 2019](#) – XI mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Olimpiiskoe nasledie i krupnomasshtabnye meropriyatiya: vliyanie na ekonomiku, ekologiyu i sotsiokul'turnuyu sferu prinimayushchikh destinatsii» [XI international scientific and practical conference "Olympic heritage and large-scale events: impact on the economy, ecology and sociocultural sphere of host destinations"]. g. Sochi, 14-15 noyabrya 2019 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

[XI mezhdunarodnaya..., 2019](#) – XI mezhdunarodnaya nauchno-prakticheskaya konferentsiya «Olimpiiskoe nasledie i krupnomasshtabnye meropriyatiya: vliyanie na ekonomiku, ekologiyu i sotsiokul'turnuyu sferu prinimayushchikh destinatsii» [XI International scientific and practical Conference "Olympic heritage and large-scale events: impact on the economy, ecology and sociocultural sphere of host destinations"]. g. Sochi, 14-15 noyabrya 2019 g. (sovmestno s FGBOU VO «SGU»). [in Russian]

УДК 338.22.01

## **Краснодарская региональная общественная организация Вольного экономического общества России: итоги в год 255-летия ВЭО России**

Юрий Иванович Вербин <sup>а, \*</sup>, Елена Константиновна Воробей <sup>а</sup>

<sup>а</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** Вольное экономическое общество представляет собой одну из самых старых общественных организаций в России, которая объединяет экономистов и управленцев, финансистов, работников образовательной сферы, банки. Целью существования Вольного экономического общества является укрепление экономики России в целом, отдельных регионов во всех отраслях народного хозяйства. Образование ВЭО связано с указом императрицы Российского государства Екатерины II, в котором было дано название обществу – «Императорское Вольное экономическое общество России» и определены главные принципы его деятельности: служить российскому государству, быть «Вольным», что означает – обеспечивать независимый и объективный подход, представляющий разнообразные точки зрения, объединяя для этого конструктивные силы страны: от правящих до оппозиционных. Сегодня Вольное экономическое общество России является духовным правопреемником и продолжателем традиций императорского Вольного экономического общества. Данное общество функционирует на всей территории России. В год 255-летнего юбилея старейшей общественной организации России – ВЭО России – о своем вкладе в просветительскую деятельность общества подводит итоги одна из самых молодых региональных организаций – Краснодарская региональная общественная организация ВЭО России.

**Ключевые слова:** Вольное экономическое общество, юбилей, укрепление экономики России, независимый и объективный подход, Краснодар.

---

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [vorobei.sochi@yandex.ru](mailto:vorobei.sochi@yandex.ru) (Е.К. Воробей), [verbinui@mail.ru](mailto:verbinui@mail.ru) (Ю.И. Вербин)

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(4): 434-440

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 33

## Meeting of the Recreation and Tourism Scientific and Industry Section within the National Projects and the Professorial Community Professorial Forum – 2020

Boris A. Ermakov <sup>a, \*</sup>

<sup>a</sup> Sochi State University, Russian Federation

### Abstract

The article presents an overview of the meeting of the Recreation and Tourism Scientific and Industry Section which was held on November 18, 2020, at the platform of Sochi State University, one of the main institutions of higher education in Krasnodar region, in the framework of the Professorial Forum – 2020 called the National Projects and the Professorial Community. The attention was paid to the purpose of the meeting, the speakers' composition and the topics of their reports that highlighted the main scientific and practical aspects of the national projects implementation and the role of the tourist sector in achieving national goals. The resolution of the breakout session, sent to the Presidium of the Russian Professorial Assembly for inclusion in the final resolution of the Professorial Forum – 2020, was also presented.

**Keywords:** Recreation and Tourism Scientific and Industry Section, the National Projects and the Professorial Community Professorial Forum – 2020.

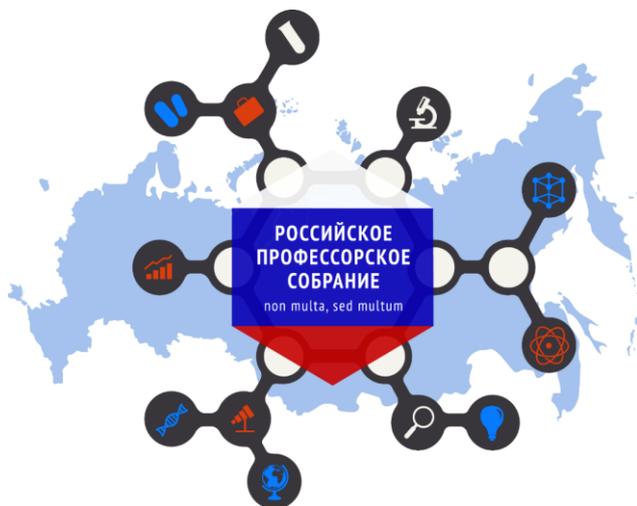
Учредительная конференция Российского профессорского собрания (РПС) прошла 21 ноября 2016 г. в г. Москве в Центральном доме ученых.

Целью РПС является развитие российской науки, российского образования и формирование профессионально-общественного мнения и конструктивных предложений по основным вопросам развития науки и высшего образования, политических, экономических и социальных преобразований в регионе и стране, ценностных ориентаций учащихся и научной молодежи.

Организация, объединяет научную и педагогическую элиту, людей, прекрасно знающих потребности российской науки и образования, способных определять вектор его развития, выявлять наиболее существенные проблемы в данных сферах и предлагать оптимальные пути их решения, смело высказывать свое мнение, отстаивать интересы научно-педагогического сообщества.

\* Corresponding author

E-mail addresses: [borisermakovsochi@gmail.com](mailto:borisermakovsochi@gmail.com) (B.A. Ermakov)



**Рис. 1.** Эмблема Российского профессорского собрания

В рядах РПС состоит более 6 000 членов, представляющих ведущие вузы и научные центры России и стран СНГ. В структуре РПС создано 79 региональных отделений и 20 отраслевых секций по самым разным областям науки.

Сочинское отделение РПС было создано 4 мая 2017 г. в числе первых. Председателем Сочинского местного отделения, единственного местного отделения в структуре РПС, избрана ректор Сочинского государственного университета д.э.н., профессор Г.М. Романова.



**Рис. 2.** Председатель Сочинского отделения РПС ректор Сочинского государственного университета, д.э.н., профессор Г.М. Романова

РПС является инициатором и идейным вдохновителем проведения Профессорских Форумов. Их основной задачей является организация профессионального общения ведущих представителей научно-педагогического сообщества с целью обсуждения наиболее злободневных и актуальных проблем развития образования и науки, а также выработка рекомендаций для законодательных и исполнительных органов власти, определение вектора развития профессорского сообщества и повышения его роли в жизни общества.

Первый Профессорский Форум состоялся в Москве 1 февраля 2018 г., второй прошел 6-7 февраля 2019 г. Третий Профессорский форум из-за коронавирусной угрозы был перенесен на 17-19 ноября 2020 г. и прошел в онлайн-формате.

18.11.2020 г. в соответствии с программой Форума состоялись заседания научно-отраслевых секций Профессорского собрания.

Ответственным за организацию работы научно-отраслевой секции «Рекреация и туризм» являлись Сочинский государственный университет – опорный ВУЗ Краснодарского края и Сочинское отделение РПС. Научно-отраслевая секция «Рекреация и туризм» с повесткой дня: «Основные тренды и задачи развития сферы туризма и рекреации в России в контексте реализации национальных проектов» прошла на площадке Сочинского государственного университета в онлайн-формате на платформе ZOOM.



**Рис. 3.** Начало работы научно-отраслевой секции «Рекреация и туризм»

Модераторами секции выступили:

- Романова Галина Максимовна, ректор Сочинского государственного университета, доктор экономических наук, профессор, руководитель Сочинского отделения РПС, главный редактор «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм»;

- Кружалин Виктор Иванович, заведующий кафедрой рекреационной географии и туризма Московского государственного университета им. М.В. Ломоносова, доктор географических наук, профессор, вице-президент Национальной академии туризма;

С приветственным словом к участникам заседания обратился Председатель Общественного совета при Ростуризме (ОС), Представитель ОС в Общественной палате и Администрации Президента РФ Дмитрий Викторович Давиденко. Он подчеркнул огромную роль научного сообщества в деле развития туристской сферы, что в особенности важно в связи с разработкой национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

В заседании приняло участие 84 человека из различных университетов России, заслушано и обсуждено 16 докладов. Их перечень приведен ниже:

1. Романова Галина Максимовна – доктор экономических наук, профессор, ректор Сочинского государственного университета – опорного вуза Краснодарского края: «Кадровое обеспечение развития природной рекреации и активных видов туризма в рамках реализации национального проекта «Экология».

2. Волошинова Марина Владимировна – кандидат экономических наук, зам. заведующего кафедрой экономки и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета: «Новые подходы к продвижению российского туристского образования на зарубежные рынки в рамках реализации нацпроекта «Образование».

3. Ермаков Борис Анатольевич – доктор медицинских наук, профессор, профессор кафедры управления и технологий в туризме и рекреации Сочинского государственного университета: «Медицинский туризм как компонент национального проекта «Здравоохранение».

4. Брюханова Галина Дмитриевна – доктор медицинских наук, профессор кафедры управления и технологий в туризме и рекреации Сочинского государственного университета: «Пандемия COVID-19: демография и социо-экономическая уязвимость отдельных групп общества в парадигме рестарта туризма и рекреации».

5. Зырянов Александр Иванович – доктор географических наук, заведующий кафедрой туризма географического факультета Пермского государственного национального исследовательского университета: "Развитие туристско-рекреационной сферы с учетом эпидемиологических рисков".

6. Морозов Михаил Анатольевич – доктор экономических наук, профессор, профессор кафедры индустрии гостеприимства, туризма и спорта Российского экономического университета им. В.Г.Плеханова: «Парадигма развития туристской индустрии как цифровой экосистемы в контексте нацпроекта «Цифровая экономика».

7. Воронцова Маргарита Гурьевна – доктор экономических наук, профессор кафедры туризма и СКС СПб государственного института культуры: «Развитие новых форм и современных технологий подготовки кадров индустрии туризма в творческом вузе».

8. Онищенко Елена Васильевна – кандидат экономических наук, учёный секретарь, руководитель Института пространственного развития регионов Федерального

исследовательского центра «Субтропический научный центр Российской академии наук», старший научный сотрудник: «Пространственное развитие туризма в контексте реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

9. Шарафутдинов Владимир Насибуллович – кандидат экономических наук, ведущий научный сотрудник Федерального исследовательского центра «Субтропический научный центр Российской академии наук», ведущий научный сотрудник НИЦ Сочинского государственного университета: «О востребованности новой парадигмы при разработке федерального проекта «Совершенствование управления в сфере туризма» в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

10. Гриненко Светлана Викторовна – доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой управления и технологий в туризме и рекреации Сочинского государственного университета: «Брендинг туристской дестинации в рамках управления развитием туристского комплекса».

11. Путрик Юрий Степанович – доктор исторических наук, руководитель центра социокультурных туристских программ Российского НИИ культурного и природного наследия им. Д.С. Лихачёва: «Современные проблемы формирования комфортной туристской среды дестинации в контексте реализации Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

12. Косарева Наталия Викторовна – кандидат географических наук, доцент кафедры геологии и геохимии ландшафта, зам. декана по научно-исследовательской работе студентов географического факультета Московского педагогического государственного университета: "Реализация программ выездных практик в условиях дистанционного обучения как одно из направлений реализации национальных проектов «Образование» и «Цифровая экономика».

13. Дунец Александр Николаевич – доктор географических наук, доцент, декан института географии Алтайского государственного университета: «Новые возможности развития туризма на Алтае в условиях реализации национальных проектов».

14. Максанова Людмила Бато-Жаргаловна – доктор экономических наук, доцент, старший научный сотрудник Байкальский институт природопользования Сибирского отделения Российской академии наук: «Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» в региональном измерении (на примере Республики Бурятия).

15. Ергунова Ольга Титовна – кандидат экономических наук, доцент, зав. кафедрой туристического бизнеса и гостеприимства Уральского государственного экономического университета, общественный представитель Агентства стратегических инициатив по туризму в Свердловской области, председатель Свердловского отделения Российского союза молодых ученых: "Идеология нацпроекта «Туризм и индустрия гостеприимства» как драйвер продвижения РФ на мировом и внутреннем туристском рынках".

16. Масленникова Ольга Александровна – директор по развитию музея-макета «Петровская Акватория», ст. преподаватель кафедры экономики и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета (СПбГЭУ), абсолютный победитель Всероссийского конкурса профессионального мастерства работников сферы дополнительного образования «Сердце отдаю детям-2019»: «Современные подходы к формированию организационно-экономического механизма кадрового обеспечения в сфере туризма в контексте реализации национальных проектов».

Заслушав и обсудив доклады, участники секции пришли к следующему заключению:

1. Парадигма развития туризма, закладываемая в одобренный Президентом РФ В.В.Путиным Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» (далее Национальный проект) должна быть адекватной вызовам времени. Основное внимание в ней должно быть уделено повышению эффективности использования уникальных туристских ресурсов нашей страны в интересах сохранения и развития человеческого и цивилизационного потенциалов России. Эта цель должна достигаться в основном за счёт повышения уровня стратегирования развития туристского сектора экономики регионов и страны в целом, его цифровой трансформации за счет внедрения современных информационных технологий и совершенствования всей системы подготовки и переподготовки кадров в сфере туризма и гостеприимства.

2. Ключевой задачей развития отечественного туризма на его современном этапе является повышение уровня конкурентоспособности отечественных турпродуктов всех уровней и масштабов (странового, региональных, локальных), прежде всего за счёт

повышения технологического уровня всей системы управления развитием туризма в стране, в тесном взаимодействии с властью, наукой и образованием, бизнесом и обществом. Как свидетельствует мировой опыт, создание такого уровня конкурентоспособности турпродуктов достигается сегодня там и тогда, когда в пространстве регионов вовлекаемых турпотоки разрабатываются и внедряются туристские технологические платформы, создаваемые на основе современных достижений науки, техники и технологий. В данной связи представляется крайне важным обеспечить разработку и реализацию совместных региональных программ повышения доступности и узнаваемости турпродуктов за счет активизации деятельности участников системы «Вуз – Бизнес – Власть» по пропаганде культурно-исторических и природных туристских ресурсов регионов России.

3. Одним из главных условий развития туризма в России в современных условиях является переход от точечного (Москва, Санкт-Петербург, Сочи, Казань, Байкал и др.) к пространственному развитию. В этой связи особое внимание должно быть уделено разработке и внедрению современных технологий развития туристских пространств, созданию охватывающих их высококонкурентных региональных туристских продуктов. Особое внимание при этом следует обратить на формирование благоприятной туристской среды в малых городах и сельских поселениях. В этих целях научно-педагогическому сообществу, сориентированному на решение проблем сферы туризма в современных условиях, необходимо разработать и предложить для использования при реализации положений Национального проекта систему критериев и показателей для определения уровня благоприятности и комфортности туристской среды населенного пункта, как мотиватора его туристских посещений.

4. Особого внимания заслуживают проблемы совершенствования законодательного обеспечения развития туризма, в т.ч. нормативного обеспечения развития туристских пространств, логистики их освоения с учётом определения их оптимальной рекреационной ёмкости во всей уникальной пространственной структуре России. А также обеспечения сохранности и развития одной из лучших в мире туристских ресурсных баз, в настоящее время активно вовлекаемых в воспроизводство региональных турпродуктов в пространствах регионов. Отсюда возникает настоятельная необходимость обеспечения полномасштабного мониторинга состояния всех видов туристских ресурсов (запасов, качественных параметров) вовлекаемых в воспроизводство востребованных турпотоками турпродуктов и использования самых современных, прежде всего экологически чистых и безопасных технологий в отечественных туристских пространствах регионов нашей страны. Всё это требует серьёзного обновления и совершенствования понятийного и нормативного аппарата теории и практики отечественного туризма. Так же, назрел вопрос обеспечения полноценной статистической видимости туристской сферы, являющейся в настоящее время уже не только многоотраслевой сферой экономики, но и весьма наукоёмкой средой с вовлеченностью большого перечня современных научных дисциплин.

5. В условиях активных мер Правительства России по формированию цифровой экономики, в т.ч. экономики туризма, полагаем целесообразным создание цифровой экосистемы национальной индустрии туризма. В качестве наиболее значимых на данном этапе развития проектов, представляется разработка туристских технологических платформ, способных обеспечить устойчивое воспроизводство высокотехнологичных высококонкурентных турпродуктов регионального уровня для ряда наиболее востребованных регионов туристско-курортной специализации (Краснодарский край, Крым, Татарстан, регион Кавказских Минеральных Вод, Бурятия, Алтай и др.). В основу этих проектов должны закладываться, прежде всего, отечественные современные цифровые и информационные технологии способные адекватно работать в режиме Big Data. При этом в качестве источников их софинансирования со стороны регионов можно было бы рассмотреть направление части средств курортного сбора в регионах.

6. В целях повышения уровня научного сопровождения развития внутреннего туризма в рамках задач Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», считаем целесообразным:

а) включить в показатели Национального проекта:

- показатели состояния и оценки туристско-рекреационных ресурсов (природных, культурно-исторических, социальных, экономических и др.), наличие систем и современных информационно-математических моделей их мониторинга, методологии расчёта показателей и рейтингов регионов.

- количество научных инициатив, направленных на развитие внутреннего и въездного туризма, обеспеченных грантовой поддержкой.

- количество научных инициатив, направленных на разработку методического и методологического обеспечения системы территориального проектирования, стратегического планирования сферы туризма, совершенствование законодательного обеспечения.

- количество региональных туристских технологических платформ, работающих на базе партнерских отношений бизнеса, науки, государства, экспертного сообщества и охватывающих деятельность всех отраслей и сфер туристского сектора экономики регионов.

б) включить в наименование результатов Национального проекта:

- наличие в системах управления развитием туризма на уровне регионов цифровых туристских платформ, сопряженных с Национальным туристским порталом, интегрированных с отраслевыми порталами туристского сектора экономики регионов.

- разработка и реализация мониторинга состояния туристско-рекреационных ресурсов в регионах страны.

- наличие национальных программ повышения доступности и узнаваемости турпродуктов.

7. В свете событий связанных с распространением ковид-19 и возникших последствий, особое внимание в туристском Национальном проекте должно быть уделено повышению конкурентоспособности и доступности для населения страны турпродуктов по таким направлениям развития отечественного туризма, как медицинский, экологический, спортивный и др., по которым необходима разработка соответствующих профессиональных стандартов, сопряженных с международными. Научно-отраслевая секция «Рекреация и туризм» Российского профессорского собрания готова принять участие в этой работе в составе рабочих групп совместно с объединениями работодателей.

В целях кадрового сопровождения приоритетных мероприятий, запланированных в обсуждаемом национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства», необходимо разработать комплексную программу развития системы туристского образования на основе научно-методологического, экспертного и консультационного сопровождения, реализации гибких образовательных разноуровневых программ и профессиональных траекторий развития персонала для сферы туризма и гостеприимства как сложного межотраслевого комплекса.

Члены научно-отраслевой секции «Рекреация и туризм» Российского профессорского собрания готовы принять участие в работе по реализации мероприятий, намеченных в настоящей резолюции совместно со всеми заинтересованными сторонами.

Кроме того, принято решение о публикации наиболее интересных идей и предложений в виде научных статей на страницах «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм» с целью широкого ознакомления с ними научного и профессионального сообщества, а также различных категорий обучающихся.

В заключение, на заседании секции были обсуждены основные направления редакционной политики «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм».

Журнал учрежден РПС и СГУ, зарегистрирован в федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ № ФС77-72037 от 26 декабря 2017 г., ISSN 2686-858X).

В январе 2019 г. вышел в свет первый номер журнала. Его презентация состоялась 6 февраля 2019 г. в рамках Профессорского форума – 2019 "Наука, Образование, Регионы" в г. Москве. Ранее вышедшие в свет выпуски журнала размещены на сайте – <http://profsobranie.ru/194>

Основными направлениями редакционной политики «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм» не 2020-2021 гг. были признаны:

- обеспечение выпуска пресс-релиза, посвященного итогам заседания научно-отраслевой секции «Рекреация и туризм» в рамках ПФ – 2020 и его публикация в профильных научных изданиях;

- подготовка и размещения в выпусках журнала за 2020 г. научных статей по материалам докладов, представленных на заседании научно-отраслевой секции «Рекреация и туризм»;

- формирование в 2021 г. тематических выпусков журнала посвященных научному обеспечению реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства»:
1. качество и разнообразие российских региональных турпродуктов;
  2. повышение доступности и узнаваемости национальных турпродуктов;
  3. совершенствование государственного управления в сфере туризма;
  4. кадровое обеспечение национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

**Заседание научно-отраслевой секции «Рекреация и туризм» в рамках Профессорского форума – 2020 «Национальные проекты и профессорское сообщество»**

Борис Анатольевич Ермаков <sup>а</sup>, \*

<sup>а</sup> Сочинский государственный университет, г. Сочи, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье представлен обзор заседания научно-отраслевой секции «Рекреация и туризм», состоявшегося 18.11.2020 г. на площадке Сочинского государственного университета – опорного ВУЗа Краснодарского края в рамках Профессорского форума – 2020 «Национальные проекты и профессорское сообщество». Уделено внимание цели заседания, составу спикеров и тематике их докладов раскрывающих основные научно-практические аспекты реализации национальных проектов и роль туристской сферы в достижении национальных целей. Также представлена резолюция секционного заседания, направленная в Президиум Российского Профессорского Собрания для включения в итоговую резолюцию Профессорского форума – 2020.

**Ключевые слова:** научно-отраслевая секция «Рекреация и туризм», Профессорский форум – 2020 «Национальные проекты и профессорское сообщество».

---

\* Корреспондирующий автор  
Адреса электронной почты: [borisermakovsochi@gmail.com](mailto:borisermakovsochi@gmail.com) (Б.А. Ермаков)