

# СФЕРА УСЛУГ РЕГИОНА В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ:

**ДРАЙВЕРЫ, ИННОВАЦИИ  
В УПРАВЛЕНИИ И ЭКОНОМИКЕ,  
ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО  
РАЗВИТИЯ**

Коллективная монография

Государственный институт экономики, финансов, права и технологий

**СФЕРА УСЛУГ РЕГИОНА  
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ:  
ДРАЙВЕРЫ, ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ  
И ЭКОНОМИКЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ  
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ**

*Коллективная монография*

*Под научной редакцией доктора экономических наук, профессора  
О.В. Заборовской*



Гатчина  
2024

Рекомендовано к изданию Редакционно-издательским советом  
Государственного института экономики, финансов, права и технологий

**Рецензенты:**

*Сергей Евгеньевич Барыкин*, профессор Высшей школы сервиса и торговли Института промышленного менеджмента, экономики и торговли, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого доктор экономических наук, доцент;

*Марина Александровна Морозова*, зав. кафедрой «Управление в сфере туризма и гостиничного бизнеса», Северо-Западный институт управления Российской академии народного хозяйства и государственной службы, директор Ассоциации премиального и нишевого туризма, генеральный директор АНО «Центр компетенций в сфере туризма и гостеприимства», доктор экономических наук, профессор.

**Сфера услуг региона в современном мире: драйверы, инновации в управлении и экономике, перспективы устойчивого развития:** колл. монография / под науч. ред. д.э.н., проф. О.В. Заборовской / колл. авт.: А.В. Варнаев, О.В. Заборовская, Н.В. Иванова, Е.В. Корчагина, А.Д. Кранина, М.Н. Кузнецова, Н.И. Осипова, О.С. Попова, А.В. Танина, Д.М. Шумилов, Н.Н. Якимчук. – Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2024. – 166 с.

С 91

**ISBN 978-5-94895-220-8**

Монография посвящена исследованию особенностей функционирования современной сферы услуг в регионе в условиях динамичных изменений внешней и внутренней среды, определяющих специфику государственного и муниципального управления, драйверы, инновационные тренды и перспективы устойчивого социально-экономического развития.

В данной работе представлен анализ методов и инструментов государственного и муниципального управления развитием сферы услуг на федеральном и региональном уровнях. Оценка эффективности мер государственного регулирования проведена на примере услуг здравоохранения. Отдельное внимание уделено проблемам обеспечения экономической безопасности сферы услуг региона, рассмотрены её ключевые элементы и предложен набор индикаторов, в том числе для туристских услуг. Туризм и индустрия гостеприимства рассмотрены как отрасли, имеющие существенный потенциал в качестве драйвера устойчивого развития региональной экономики. Дана оценка взаимосвязей общих целей устойчивого развития, рейтингов и рэнкингов устойчивого развития регионов и устойчивого развития туризма. Обобщены инновационные тренды туристской деятельности. Выявлены и описаны возможности брендинга туристских направлений для привлечения туристов на территории, а также перспективы использования омниканальной маркетинговой стратегии. Дана оценка ESG-практик в индустрии гостеприимства и стратегий их совершенствования. Рассмотрены особенности событийного туризма как комплексного направления, способствующего решению экономических и социальных проблем региона на основе организации крупных событий, приносящих синергетический эффект в сфере туризма, сфере услуг региона и региональной системе в целом.

Монография может быть интересна учёным и практикам в сфере государственного и муниципального управления, развития сферы услуг, туризма, устойчивого социально-экономического развития региона, региональной экономики. Монография может быть рекомендована в качестве дополнительной литературы при реализации образовательных программ по направлениям подготовки «Сервис», «Туризм», «Государственное и муниципальное управление» (магистратура), а также для аспирантов и преподавателей.

УДК 332.1  
ББК 65.04

ISBN 978-5-94895-220-8

© ГИЭФПТ, 2024  
© коллектив авторов, 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
ВВЕДЕНИЕ .....	4
1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ РЕГИОНА .....	11
1.1 Роль органов государственного и муниципального управления в устойчивом развитии сферы услуг региона: правовые и органи- зационные аспекты .....	11
1.2 Приоритетные направления и инновационные инструменты го- сударственной политики устойчивого развития сферы услуг ре- гиона .....	32
1.3 Экономическая безопасность сферы услуг региона и устойчивое развитие .....	58
2. ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКО- НОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ .....	73
2.1 Рейтинги и рэнкинги устойчивого социально-экономического развития и устойчивого развития туризма в регионах .....	73
2.2 Инновационные тренды в туризме в контексте устойчивого раз- вития территорий .....	89
2.3 Использование омниканального подхода для продвижения брен- да туристического направления в регионах .....	107
2.4 Особенности ESG-практик в индустрии гостеприимства .....	120
2.5 Крупные события как инструмент маркетинга территорий и раз- вития туризма .....	129
ЗАКЛЮЧЕНИЕ .....	144
СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ .....	153

## ВВЕДЕНИЕ

Современные социально-экономические системы сталкиваются с вызовами, связанными с необходимостью обеспечения устойчивого развития в условиях динамичных изменений внешней и внутренней среды, а также достижения высокого качества жизни населения.

Сфера услуг, с одной стороны, динамично развивается в ответ на изменения потребностей в досуге, образовании, здравоохранении, бытовых, транспортных, туристских и иных услугах, с другой стороны, подвержена влиянию рисков, связанных с доходами населения, трансформацией налоговой системы, геополитическими рисками. При этом именно сфера услуг способна гибко реагировать на спрос, расширяя или сокращая объём предложений, формируя сервисную экономику. Сервисная экономика предполагает смещение акцентов экономической активности в сторону процессов предоставления услуг и оценки их эффективности, при этом заметно возрастает роль нематериальных активов.

Статистические данные убедительно свидетельствуют о том, что доля сферы услуг в ВВП возрастает во всём мире. Это связано не только с расширением спектра и изменением содержания потребностей населения и предприятий, но и с восприимчивостью предприятий данной сферы к инновациям. Эксперты отмечают такие важные черты сферы услуг, как возможность обеспечения социальной ориентации экономики (проявляется в развитии услуг социального характера), востребованность квалифицированного труда, в том числе умственного (в образовании, здравоохранении, инжиниринге, компьютерных услугах), с одной стороны, и не требующего особой квалификации, с другой (доставщики, комплектовщики, курьеры), ориентация на экономное расходование ресурсов и сокращение отходов.

Развитие цифровой экономики придало новый импульс предприятиям, предлагающим услуги, предоставляя возможности комплексного анализа потребностей клиентов, индивидуализации услуг, расширения рынка сбыта. В то же время потребитель получил возможность более точно оценивать качество услуг, выбирать поставщика (продавца), что заметно обострило конкуренцию и повысило актуальность маркетинговых исследований.

Устойчивое социально-экономическое развитие территорий тесно связано с сервисной экономикой. Наличие широкого спектра предприятий сферы услуг в регионе с разнообразным диверсифицированным предложением формирует высокие стандарты жизни для населения и привлекает туристов.

Государство уделяет существенное внимание созданию благопри-

ятных условий для деятельности предприятий, предоставляющих услуги, что связано с высокой социальной значимостью части услуг, необходимостью обеспечения их доступности, а также с преодолением «провалов» рынка, вызванных неэффективной рыночной властью, информационной асимметрией, негативным влиянием внешних воздействий, самостоятельное преодоление которых с опорой на рыночные силы невозможно. Предоставление услуг, являющихся общественным благом (образование, здравоохранение, физическая культура и спорт, культура), на справедливой основе возможно только при условии государственного регулирования. Услуги социального характера требуют особого внимания, так как в ряде случаев их оказывают некоммерческие организации, они часто малорентабельны или даже убыточны, а сами предприятия обладают низкой инвестиционной привлекательностью. Даже в случае потенциальной возможности стабильного извлечения прибыли (в рамках социального предпринимательства) такие предпринимательские структуры нуждаются в дополнительной государственной поддержке.

Ключевыми методами и инструментами государственного регулирования сферы услуг выступают такие, как:

- программно-целевой метод, сущность которого состоит в определении стратегической цели исходя из установленных приоритетов, иерархической системы подчиненных целей и установления для каждой из них необходимых материальных, финансовых, человеческих и иных ресурсов; данный метод реализуется через инструменты Национальных проектов, целевых программ;

- нормативно-правовые методы регулирования, в том числе регулирования государственного и муниципального контроля;

- инструменты лицензирования, стандартизации, регламентации;

- инструменты государственной поддержки обеспечения доступности услуг социального характера (образование, здравоохранение, культура, социальная защита и др.) на справедливой основе, включая формирование социальной инфраструктуры, поддержку социально ориентированных некоммерческих организаций, социальных предпринимателей, импакт-инвесторов и т.д.);

- инструменты налоговых льгот и льготного финансирования, включая социальные налоговые вычеты (по расходам на благотворительность, обучение, лечение, пенсионное страхование и другим), а также кредиты на выгодных условиях.

Комплексные действия государства, опирающиеся на широкий спектр методов и инструментов государственного регулирования, направленные на сервисную экономику в целом и её отдельные отрасли, создают прочный фундамент для экономического роста, а так-

же решения социальных задач роста доходов населения, формирования устойчивой модели занятости, доступа к услугам различных категорий населения.

Особое значение сфера услуг имеет для обеспечения экономики человеческим капиталом, формирование которого происходит в системе образования и здравоохранения. Однако следует отметить, что доступность и качество услуг образования и здравоохранения также выступают ключевыми факторами социальной стабильности и высокого качества жизни. В связи с этим государство, опираясь на программно-целевой подход в управлении, реализует комплекс Национальных проектов, формирующих государственные приоритеты общественного развития. Большинство Национальных проектов прямо или косвенно затрагивают сферу услуг. Так, например, Национальный проект «Демография» включает федеральный проект «Разработка и реализация программы системной поддержки и повышения качества жизни граждан старшего поколения», который ориентирован на развитие таких услуг, как услуги системы долговременного ухода, геронтологической помощи, помощи в организации досуга для пожилых людей, в том числе в такой форме, как «Серебряные университеты».

Национальный проект «Малое и среднее предпринимательство» играет важную роль в деятельности предприятий и организаций сферы услуг, поскольку, как показывает статистика, именно в данной сфере малый бизнес занимает представительную долю. Федеральные проекты улучшают доступ малого бизнеса к льготному финансированию, системе государственных закупок, инфраструктурным фондам, программам обучения и т.п.).

Здравоохранение является комплексной отраслью сферы услуг, оказывающей многостороннее влияние на региональные социально-экономические системы. От качества здравоохранения зависит потенциал здоровья населения, возможности увеличения здоровой продолжительности жизни, роста рождаемости и снижения смертности, длительного поддержания работоспособности. Поэтому регулирование услуг здравоохранения и его государственная поддержка осуществляется на основе реализации Национального проекта «Здравоохранение», предусматривающего совершенствование как первичного звена здравоохранения, так и высокотехнологичных медицинских организаций. Одновременно предполагается заметное расширение экспорта медицинских услуг, конкурентоспособность которых не вызывает сомнений, что проявляется в росте числа иностранных граждан, приезжающих в страну для получения на платной основе квалифицированной помощи.

Современные условия функционирования российских регионов

связаны с дестабилизацией внешней среды в связи с геополитическими рисками, которые, в свою очередь, меняют конфигурацию внутренних факторов, что обостряет проблемы устойчивого развития. Последнее становится невозможным без соблюдения требований экономической безопасности.

Экономическая безопасность становится приоритетом как для экономики страны и регионов в целом, так и для сферы услуг в частности, при этом методы и инструменты обеспечения экономической безопасности являются, с одной стороны, общими для всех регионов, с другой стороны, в каждом из регионов их реализация имеет свою специфику, связанную с его природно-климатическими и географическими особенностями, исторически сложившимся менталитетом населения, отраслевой специализацией региональной экономики, спецификой формирования и развития человеческого капитала, этническими и религиозными отличиями и др.

Экономическая безопасность развития сферы услуг обеспечивает экономическую и социальную стабильность в регионе, отсутствие предпосылок социальных конфликтов, риски снижения уровня доходов, тем самым способствуя устойчивости региональной социально-экономической системы в текущей и стратегической перспективе.

Экономическая безопасность развития сферы услуг в регионе включает несколько компонентов:

- учёт федеральных и региональных приоритетов в экономике и социальной сфере в процессах регулирования сферы услуг;
- учёт внешних и внутренних угроз и рисков при разработке механизмов их преодоления;
- формирование региональной политики экономически безопасного развития отраслей сферы услуг;
- создание эффективной организации мониторинга угроз экономической безопасности, включая их выявление, оценку и разработку комплекса мер по преодолению на основе отслеживания значений набора индикаторов и определения их пороговых значений, характеризующих экономическую безопасность сферы услуг с учётом государственных приоритетов.

Индикаторы экономической безопасности сферы услуг должны быть частью системы индикаторов, которая позволила бы комплексно оценить состояние экономической безопасности региона в целом.

Поскольку отрасли сферы услуг заметно отличаются между собой, для каждой из отраслей необходима разработка отдельного набора индикаторов с учётом региональной специфики.

Одной из важнейших современных тенденций развития общества выступает повышение значения досуга и его содержательности. Сер-

висная экономика предоставляет широкий спектр досуговых услуг, среди которых ключевое место принадлежит туризму и сфере гостеприимства в целом. Учитывая потенциал внутреннего туризма и рост внешнеполитических рисков, государство в последние годы уделяет усиленное внимание развитию туристских услуг и туристских дестинаций в регионах, в первую очередь, в рамках Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», который предусматривает создание туристических кластеров, мастер-планов на различных территориях. Ключевая задача проекта – сформировать возможности потребления всего комплекса туристских услуг на территории нашей страны, причем доступных широким слоям населения. Туризм выступает драйвером социально-экономического развития территорий, при этом он должен опираться на признанные принципы устойчивости, способствуя решению экономических, социальных и экологических проблем регионов.

Устойчивое развитие туризма связано с устойчивым социально-экономическим развитием регионов в целом. Сопоставление различных рэнкингов и рейтингов устойчивости показывает связи между этими процессами, а также определяет возможности развития инфраструктуры туризма. В то же время подходы к устойчивому развитию туризма на территориях российских регионов не всегда носят системный характер и учитывают возникающие риски, что требует разработки стратегий устойчивого развития туризма, в том числе с учётом требований экономической безопасности.

Динамичный рост турпотока и объема туристских услуг формирует ряд инновационных трендов, которые связаны с новыми методами организации туристской деятельности, в том числе организационными решениями, программами и проектами, с появлением инновационных турпродуктов как принципиально новых, так модернизированных традиционных, с активными процессами цифровизации туризма, с ростом популярности индивидуального туризма, с развитием туристских дестинаций на основе формирования мастер-плана, предполагающего создание комплексного туристского предложения, с инновационными элементами (составными частями) турпродуктов, с инновациями в обслуживании в сфере гостеприимства в целом, с выходом на новые рынки сбыта и другими. Высокая конкуренция заставляет предприятия туризма и индустрии гостеприимства реализовывать креативные методы в управлении, чтобы выиграть в конкурентной борьбе.

Развитие туристских дестинаций целесообразно строить на основе брендинга территорий, чтобы повысить привлекательность для потребителей и привлечь целевую аудиторию. Брендинг ориен-

тировано также на дифференциацию услуг по сравнению с конкурирующими регионами, увеличение турпотока и поддержку репутации. Узнаваемый бренд, однозначно соотносимый с конкретным регионом или территорией, позволяет туристу получить ожидаемые впечатления и делиться ими с другими потенциальными путешественниками, при этом каждая из организаций туризма и индустрии гостеприимства может пользоваться преимуществами бренда, что способствует расширению спектра услуг и росту их эффективности. Привлекаемые в регион средства, в свою очередь, будут вносить свой вклад в экономический рост и повышение качества жизни населения. Одновременное соблюдение требований экономической безопасности и опора на принципы устойчивого развития позволит избежать потенциальных социальных рисков, связанных, в частности, с овертуризмом.

Потребности в устойчивом развитии индустрии гостеприимства привели к внедрению в деятельность предприятий ESG-принципов, которые ориентированы на устойчивость по отношению к окружающей среде (E), к социальному развитию (S) и на устойчивость управления (G). Передовые предприятия гостиничного бизнеса осознали необходимость внедрения данных принципов в свою текущую деятельность, поскольку это влияет на их инвестиционную привлекательность в условиях развития зеленых инвестиций, благоприятную репутацию у партнеров, органов государственного управления и населения. ESG-повестка во всё большей мере оказывает воздействие на лояльность клиентов, то есть напрямую сказывается на возможности достижения коммерческого успеха.

Следует отметить специфику влияния на устойчивое развитие региона различных видов туризма. Несомненно, здесь большой потенциал имеется у событийного туризма. С точки зрения социальной компоненты устойчивости крупные события в регионе формируют социальную идентичность жителей региона, вовлекают их в процессы оказания услуг, что способствует интеграции местного сообщества в контексте достижения общих для региона целей. С точки зрения экономической компоненты устойчивости привлечение туристов к участию в событиях увеличивает возможности для занятости, роста доходов населения, притока инвестиций, роста налоговых поступлений, увеличения объема торговли, загрузки средств размещения. Соответственно, крупные события можно рассматривать как катализатор роста сервисной экономики и экономического роста в регионе в целом. При этом необходимо соблюдать экологические требования, чтобы снизить соответствующие риски.

В данной монографии исследованы вопросы государственного и муниципального управления развитием сферы услуг региона, при

этом отдельное внимание уделено проблемам обеспечения экономической безопасности. В качестве отраслей, имеющих существенный потенциал для региональной экономики, рассмотрены туризм и индустрия гостеприимства.

Коллектив авторов монографии: *Наталья Николаевна Якимчук*, канд. полит. наук (п. 1.1 Роль органов государственного и муниципального управления в устойчивом развитии сферы услуг региона: правовые и организационные аспекты); *Марина Николаевна Кузнецова*, канд. экон. наук (п. 1.2 Приоритетные направления и инновационные инструменты государственной политики устойчивого развития сферы услуг региона); *Ольга Сергеевна Попова*, канд. экон. наук (п. 1.3 Экономическая безопасность сферы услуг региона и устойчивое развитие); *Анна Валерьевна Танина*, канд. экон. наук (п. 2.1 Рейтинги и рэнкинги устойчивого социально-экономического развития и устойчивого развития туризма в регионах); *Ольга Витальевна Заборовская*, д-р экон. наук, *Анна Дмитриевна Кранина* (п. 2.2 Инновационные тренды в туризме в контексте устойчивого развития территорий); *Дмитрий Михайлович Шумилов* (п. 2.3 Использование омниканального подхода для продвижения бренда туристического направления в регионах); *Наталья Владимировна Иванова*, канд. экон. наук, *Наталья Ивановна Осипова*, канд. экон. наук (п. 2.4 Особенности ESG-практик в индустрии гостеприимства); *Елена Викторовна Корчагина*, д-р экон. наук, *Андрей Викторович Варнаев* (п. 2.5 Крупные события как инструмент маркетинга территорий и развития туризма).  
Научная редакция – д-р экон. наук Ольга Витальевна Заборовская.

# 1. ГОСУДАРСТВЕННОЕ И МУНИЦИПАЛЬНОЕ УПРАВЛЕНИЕ УСТОЙЧИВЫМ РАЗВИТИЕМ СФЕРЫ УСЛУГ РЕГИОНА

## 1.1 Роль органов государственного и муниципального управления в устойчивом развитии сферы услуг региона: правовые и организационные аспекты

Актуальность исследования различных аспектов развития сферы услуг в России не вызывает сомнений – последние 25 лет порядка 60% ВВП России создается именно в данной сфере<sup>1</sup>. Следует отметить, что важность сферы услуг для развития государства определяется не только долей этого сектора в ВВП, но и таким важным показателем, как численность занятых. По данным Росстата на 2022 г. доля занятых в сфере услуг составила 66,5% (в 1991 г. – 42%)<sup>2</sup> (рис. 1.1.1).

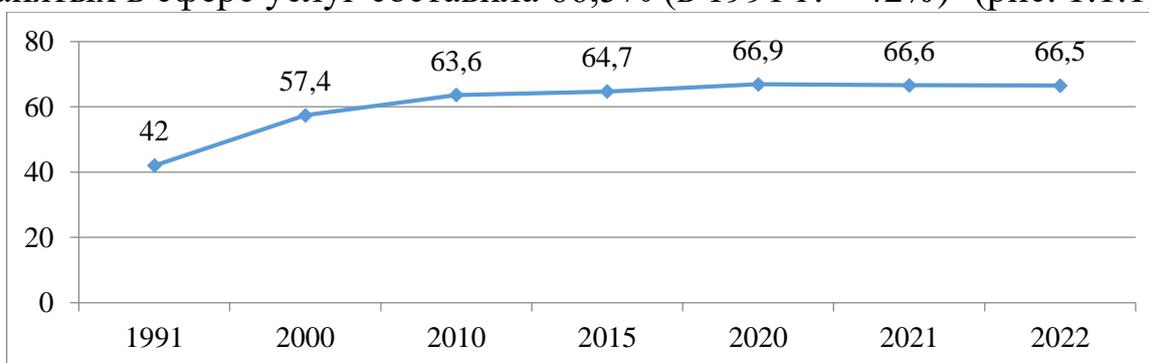


Рис. 1.1.1. Среднегодовая численность занятых в сфере услуг с 1991 по 2022 гг., %  
Источник: сост. авт. по данным Росстата.

В целом не только в России, но и во всех государствах мира возрастает значимость сферы услуг в отраслевой структуре ВВП и на рынке труда, речь идет об активном развитии сервисной экономики, сервисного государства. В условиях постиндустриального общества, цифровизации всех сфер общественной жизни вектор экономической активности смещается из сферы материального производства в сферу услуг, что является важнейшей характеристикой сервисной экономики. Торговля, транспорт, финансовые и страховые, телекоммуникационные услуги, туризм и другие отрасли сферы услуг в современных условиях способствуют формированию таких важных экономических характеристик, как производительность труда, доходы населения, эф-

<sup>1</sup> Савчишина К.Е. Отраслевая структура занятости как фактор ограничения экономического роста // Научные труды. Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. 2023. № 3. С. 146. DOI 10.47711/2076-3182-2023-3-145-159.

<sup>2</sup> Сост. авт. на основе источника: Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности (ОКВЭД2) // Федеральной службы государственной статистики: офиц. сайт. URL: [https://rosstat.gov.ru/labour\\_force](https://rosstat.gov.ru/labour_force) (дата обращения: 15.05.2024).

фективность использования основного капитала<sup>3</sup>.

Сервисное государство – это новая парадигма государственного и муниципального управления, которая основывается на изменении роли органов публичной власти и роли населения, подробно описана в книге американских специалистов Д. Осборна и Т. Гэблера «Reinventing Government. How the Entrepreneurial Spirit Is Transforming the Public Sector» («Обновленное правительство. Как предпринимательский дух трансформирует сферу публичного управления»)<sup>4</sup>. Гражданин из статуса «просителя» переходит в статус «клиента», которому предоставляются государственные и муниципальные услуги на качественно новом уровне с использованием цифровых технологий на основе принципа клиентоцентричности, кроме того, формируются равные партнерские отношения между гражданским обществом и властью.

Как в сфере экономики, так и в сфере публичного управления целевой установкой развития сферы услуг является повышение качества услуг, механизма и технологий их предоставления, что способствует снижению транзакционных издержек и увеличению объемов экономической деятельности.

Исследование сферы услуг является предметом изучения многих авторов и имеет глубокие исторические корни, а в последние десятилетия интерес к исследованию сферы услуг имеет ярко выраженную тенденцию к росту. Несмотря на широкий круг публикаций по данной теме, отметим, что до сих пор ведутся дискуссии в отношении сущности термина «услуга» из-за его многоаспектности и понятия «сферы услуг». Рассмотрим основные исторические этапы и современные подходы различных исследователей к особенностям сферы услуг как объекта изучения.

В 1776 г. А. Смит в своем труде «Исследование о природе и причинах богатства народов» заложил основы выделения услуг в качестве результатов человеческой деятельности, воплощенных в товарах и исчезающих после оказания своего полезного эффекта (услуги)<sup>5</sup>. Систематизированный подход к исследованию сферы услуг разработан таким известным французским экономистом, как Жан-Батист Сэй (1803 г.). Труды Ж.-Б. Сэя стали отправной точкой в дискуссии о соотношении сферы услуг и сферы материального производства. Ученый относил себя к последователям А. Смита, но если А. Смит считал, что в основе бо-

---

<sup>3</sup> Савчишина К.Е. Отраслевая структура занятости как фактор ограничения экономического роста // Научные труды. Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. 2023. № 3. С. 146. DOI 10.47711/2076-3182-2023-3-145-159.

<sup>4</sup> Osborne D., Gaebler T., Eds. Reinventing Government. How the Entrepreneurial Spirit Is Transforming the Public Sector. Penguin Books USA Inc., New York, 1992.

<sup>5</sup> Smith A. Wealth of Nations in 3 p. Part 1. М.: Юрайт, 2024. С. 331 // Образовательная платформа Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/540467> (дата обращения: 29.04.2024).

гатства общества лежит производительный труд, который свойственен сфере материального производства, то Ж.-Б. Сэй отмечал, что и в сфере услуг создается полезность, а, следовательно, это производительный труд. В работе «Трактат по политической экономии» Ж.-Б. Сэй к производителям невещественных благ относит представителей таких профессий, как врачи, артисты, парикмахеры и т.п., «польза от действия которых ни с каким веществом не соединяется, но имеет ценность, которой можно пользоваться. Невещественные произведения потребляются в тот же миг, когда они производятся...»<sup>6</sup>.

В 1848 г. французский экономист Фредерик Бастиа несколько «сузил» трактовку услуг Ж.-Б. Сэя, отнеся к услугам только «реальные затраты труда в процессе производства и всякое усилие, которое прилагается кем-либо или от которого освобождается тот, кто данной услугой пользуется», исключая возможность производства услуги не людьми<sup>7</sup>.

Обращаясь к эволюции взглядов на сферу услуг, нельзя не раскрыть взглядов К. Маркса, который четко обозначил отличия между услугами, действие которых воплощается в товаре, и теми, которые не оставляют осязаемых результатов, что легло в основу современного разделения услуг на материальные и нематериальные<sup>8</sup>.

Считаем важным отметить, что, по мнению К. Маркса, структура общественного производства должна быть выстроена таким образом, чтобы материальное производство обеспечивало достаточный фонд для оплаты непроизводительных услуг<sup>9</sup>. Именно работники материального производства, по существу, содержат все общество: «...все производительные работники, во-первых, доставляют средства для оплаты непроизводительных работников, а во-вторых, доставляют продукты, потребляемые теми, кто не выполняет никакого труда»<sup>10</sup>.

Когда мы ведем речь об институционализации изучения сферы услуг, то отмечаем, что только примерно в первой половине XX в. данная сфера стала рассматриваться как общественно значимая категория: была разработана организационно-правовая основа государственного регулирования сферы услуг, а в рамках различных наук (экономики, юриспруденции, социологии, маркетинга, товароведения

---

<sup>6</sup> Сэй Ж.-Б. Трактат по политической экономии. М.: Директ-Медиа, 2007. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=26847> (дата обращения: 23.05.2024).

<sup>7</sup> Инновационное развитие сферы услуг в национальной экономике: монография / колл. авт.; науч. ред. Я.П. Силин, отв. за вып. Н.Ю. Власова; Министерство образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. С. 11.

<sup>8</sup> Маркс К. Теории прибавочной стоимости // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. 2-е изд. Т. 26, ч. I. М.: Государственное издательство политической литературы, 1962. С. 413.

<sup>9</sup> Бодрунов С.Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка: монография. Изд. 2-е, испр. и доп. СПб: ИНИР им. С.Ю. Витте, 2016. С. 23.

<sup>10</sup> Маркс К. Теории прибавочной стоимости // К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. 2-е изд. Т. 26, ч. I. М.: Государственное издательство политической литературы, 1962. С. 169.

и др.) начались масштабные исследования и статистические наблюдения показателей развития различных отраслей сферы услуг.

Анализ современных подходов к пониманию сферы услуг, представленных в трудах отечественных исследователей, свидетельствует о том, что классифицировать услуги можно по разным критериям. Систематизация взглядов ученых на сферу услуг, проведенная М.Б. Щепакным и В.М. Михайловой, позволяет сделать вывод о том, что можно рассматривать сферу услуг, руководствуясь отраслевым принципом (ориентируясь на вид деятельности предприятия/организации); процессным подходом, который рассматривает сферу услуг как совокупность взаимосвязанных между собой функций социального, экономического, инновационного, производственного характера, которые реализуются на постоянной основе в целях обслуживания потребителей; маркетинговым подходом, закладывая в основу предпочтения потребителя услуг; инфраструктурным подходом, в рамках которого акцент делается на поиск эффективных форм взаимодействия между производителями услуг и потребителями и др.<sup>11</sup>.

Мы будем придерживаться отраслевого подхода, который имеет в своей основе разветвленную правовую базу и официальные статистические данные. На рис. 1.1.2 представлено определение и отражены составляющие элементы сферы услуг.



Рис. 1.1.2. Определение сферы услуг с позиций отраслевого подхода

Источник: сост. авт. на основе: Азрилиян А.Н. Новый экономический словарь. М.: Институт новой экономики, 2010.

Как уже отмечалось выше, сегодня сфера услуг развивается в России высокими темпами и доминирует над сферой материального производства. На наш взгляд, уже не является дискуссионным вопрос об

<sup>11</sup> Щепакин М.Б., Михайлова В.М. Сфера услуг как экономическая категория и вид экономической деятельности // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. № 1. С. 77–78. DOI 10.18334/epp.10.1.41545.

участии государства в развитии всех сфер народного хозяйства, все это было обосновано в работах классиков экономики благосостояния, рассматривающих сущностные характеристики благ – общественных и частных<sup>12</sup>. Но на современном этапе ученые и практики в сфере публичного управления находятся в непрерывном поиске эффективного государства. На основе мирового опыта развития экономики различных стран XX–XXI вв. невозможно сделать чёткого вывода о «правильной», «достаточной» степени влияния органов публичной власти на развитие всех сфер общественной жизни: как командная экономика, так и рыночная показали, что не имеют универсальных рецептов решения социально-экономических проблем.

Вопросы государственного и муниципального управления/регулируемого устойчивого развития сферы услуг в условиях сложной геополитической ситуации, международных санкций становятся ещё более актуальными. От государства во многом зависит создание предпосылок и условий устойчивого развития сферы услуг с позиций экономики, экологии и социальных задач. В первую очередь, обратимся к понятиям: «управление» и «регулирование», которые многие исследователи или противопоставляют друг другу, или отождествляют. Под государственным управлением мы будем понимать процесс целенаправленного воздействия органов публичной власти на отношения в обществе для согласования общественных интересов и устойчивого развития государства. Как и в любом управленческом процессе, органы государственного и муниципального управления последовательно реализуют управленческие функции, начиная с целеполагания и планирования и заканчивая контролем. Государственное регулирование является составной частью управленческого процесса – функцией государственного управления. Сущность государственного регулирования (происходит от латинского «regula» – правило) заключается в упорядочении процесса управленческого воздействия за счет различных методов и инструментов. Методы государственного управления включают в себя и методы государственного регулирования различных отраслей сферы услуг (рис. 1.1.3).

Необходимость государственного регулирования устойчивого развития сферы услуг обусловлена рядом причин, многие из которых связаны с так называемыми «провалами рынка». Уровень развития сферы услуг, как уже отмечалось выше, определяет социально-экономическое благосостояние государства, качество жизни населе-

---

<sup>12</sup> Зуденкова С.А. Систематизация существующих инструментов прямого государственного регулирования сферы услуг // Сервис +. 2013. № 3. С. 73. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistematizatsiya-suschestvuyuschih-instrumentov-pryamogo-gosudarstvennogo-regulirovaniya-sfery-uslug> (дата обращения: 23.05.2024).

ния, то есть устойчивость социально-экономической системы в целом. В случае использования исключительно рыночных конкурентных механизмов может возникнуть ситуация, при которой доступ к услугам социальной сферы (образование, здравоохранение, культура и др.) для значительной части граждан будет затруднен. Кроме того, в сфере услуг (особенно социальной направленности) функционирует широкий круг низкорентабельных и нерентабельных организаций, которые необходимы для социальной защиты, поддержки и помощи, но не вызывают интереса у частных инвесторов (из-за высокого износа основных фондов). Здесь без активной позиции органов публичного управления не обойтись. Применение различных методов государственного регулирования сферы услуг способствует решению многих экономических проблем: обеспечивает экономический рост, повышение занятости населения, увеличение доходов бюджета.



Рис. 1.1.3. Методы государственного регулирования сферы услуг

Источник: сост. авт.

Систематизация основных инструментов государственного регулирования различных отраслевых групп и подгрупп услуг представлена в исследовании С.А. Зуденковой (табл. 1.1.1).

Рассмотрим подробнее основные методы и инструменты государственного и муниципального управления сферой услуг и начнем с правового регулирования.

Во второй половине 1990-х гг. в России начинает активно формироваться современная правовая основа функционирования сферы услуг. В нормативно-правовых актах закрепляется понятие «услуги» (табл. 1.1.2).

Таблица 1.1.1

**Основные инструменты государственного управления/регулирувания  
различных отраслевых групп и подгрупп услуг**

Инструменты государственного регулирования	Бытовые услуги		Услуги пассажирского транспорта		Услуги связи		Жилищно-коммунальные услуги		Услуги учреждений культуры		Туристские и экскурсионные услуги		Услуги физической культуры и спорта		Медицинские услуги		Санаторно-оздоровительные услуги		Ветеринарные услуги		Услуги правового характера		Услуги банков		Услуги в системе образования		
Нормативно-правовые акты, регулирующие общественные отношения в сфере услуг	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Национальные и региональные проекты, государственные программы РФ и субъектов РФ, муниципальные программы			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Контрактная система в сфере закупок товаров, работ, услуг для обеспечения государственных и муниципальных нужд			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Квоты			+			+	+							+	+								+	+			+
Прямое регулирование цен			+	+	+																						
Субсидии			+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
Лицензии			+	+	+		-/+				+	+	+	+	+	+	+	+	+	-/+			+	+	+	+	+
Стандарты	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Источник: сост. авт.

Таблица 1.1.2

**Определение «услуги» в нормативно-правовых актах РФ**

Нормативно-правовой акт	Определение услуги
Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС/GATS) (заключено в г. Марракеше 15.04.1994 г.)	1. «Услуги» включают любую услугу в любом секторе, за исключением услуг, поставляемых при осуществлении функций правительственной власти. 2. «Услуга, предоставляемая при осуществлении функций правительственной власти» означает любую услугу, которая поставляется на некоммерческой основе и не на условиях конкуренции с одним или несколькими поставщиками услуг.
Гражданский кодекс РФ (часть вторая): Федер. закон от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023 г.). Ст. 779	Совершение определенных действий или осуществление определенной деятельности.
Налоговый кодекс РФ (часть первая): Федер. закон от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 23.03.2024 г.). Ст. 38	Услугой для целей налогообложения признается деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности.

Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг: Федер. закон от 27.02.2010 г. № 210-ФЗ (в ред. от 25.12.2023 г.). С. 2	Государственная услуга – деятельность по реализации функций соответственно федерального органа исполнительной власти, государственного внебюджетного фонда, исполнительного органа государственной власти субъекта РФ, а также органа местного самоуправления при осуществлении отдельных государственных полномочий, переданных федеральными законами и законами субъектов РФ. Муниципальная услуга – деятельность по реализации функций органа местного самоуправления, которая осуществляется по запросам заявителей в пределах полномочий органа, предоставляющего муниципальные услуги, по решению вопросов местного значения.
ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения (Приказ Росстандарта от 29.11.2012 г. № 1612-ст)	Результат непосредственного взаимодействия исполнителя и потребителя, а также собственной деятельности исполнителя услуг по удовлетворению потребности потребителя услуг

Источник: сост. авт.

Важным методом государственного регулирования сферы услуг является стандартизация предоставления услуг, которая реализуется через разработку государственных стандартов (далее – ГОСТ). В таблице 1.1.2 представлено определение «услуги», закрепленное в ГОСТ Р 50646-2012 «Услуги населению. Термины и определения»<sup>13</sup>. Данный ГОСТ разработан на основе международных стандартов ISO 9000<sup>14</sup> с учетом требований ГОСТ 1.0-2015 «Межгосударственная система стандартизации (МГСС). Основные положения»<sup>15</sup>.

Стандартизация, внедрение менеджмента качества – это определенные гарантии потребителю услуг со стороны органов публичной власти, что предприятие/организация сферы услуг в случае соблюдения разработанных государством требований предоставит качественную услугу.

В ГОСТ Р 50646-2012 все услуги подразделяются на материальные, нематериальные (рис. 1.1.4).

ГОСТом Р 52113-2014 органы публичной власти вводят номенклатуру показателей качества услуг (рис. 1.1.5), которая позволяет потребителям оценить качественные и количественные характеристики работы организации/предприятия<sup>16</sup>.

<sup>13</sup> ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения (Переиздание). Утв. и введен в действие с 01.01.2014 г. Приказом Росстандарта от 29.11.2012 г. № 1612-ст. М.: Стандартинформ, 2019.

<sup>14</sup> ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. (Переиздание): Приказ Росстандарта от 30.03.2020 г. № 157-ст, ИУС 8-2020. М.: Стандартинформ, 2020.

<sup>15</sup> ГОСТ 1.0-2015 Межгосударственная система стандартизации (МГСС). Основные положения (Переиздание). Утв. приказом Росстандарта от 11.12.2015 г. №2156-ст; ИУС 5-2016 (ред. от 01.10.2019 г.). М.: Стандартинформ, 2019.

<sup>16</sup> ГОСТ Р 52113-2014. Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг: Приказ Росстандарта от 06.11.2014 г. № 1482-ст (ред. от 01.06.2020 г.). М.: Стандартинформ, 2020.

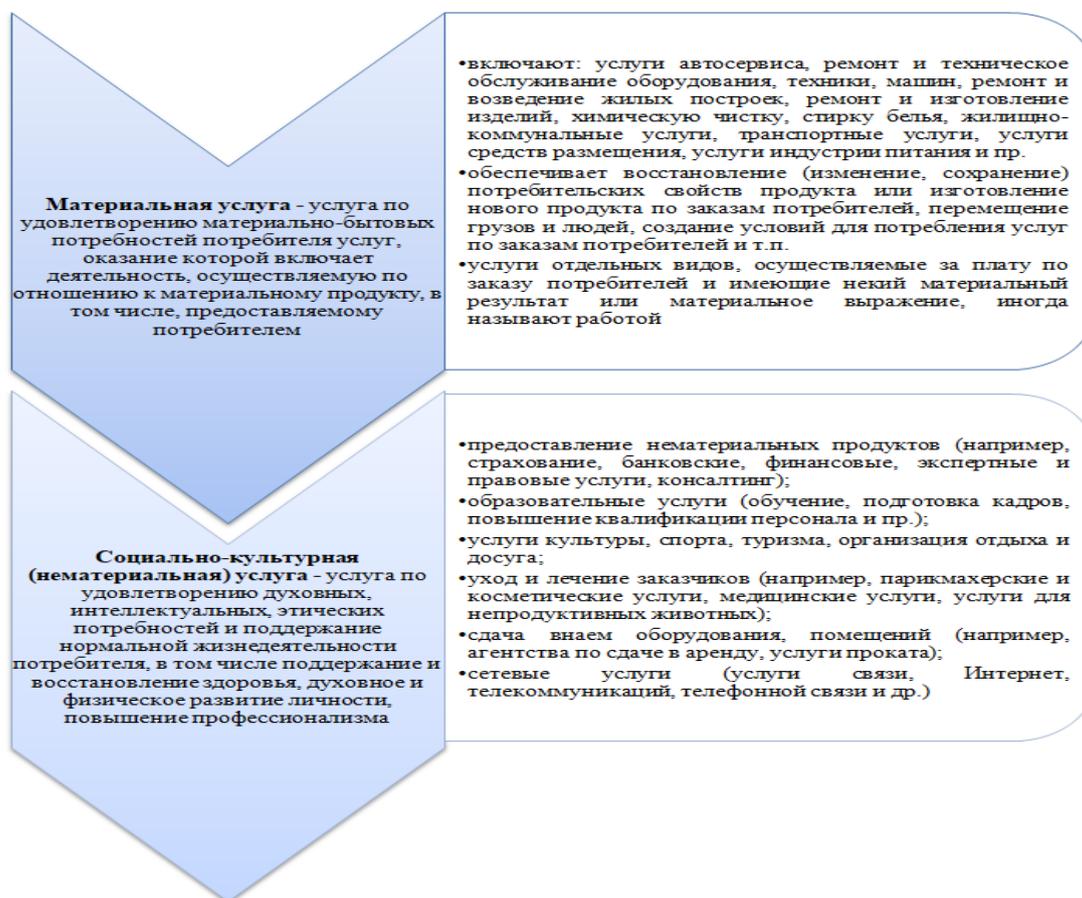


Рис. 1.1.4. Классификация услуг на основе ГОСТ Р 50646-2012

Источник: сост. авт.

<b>Номенклатура показателей качества услуг</b>	
перечень качественных и/или количественных характеристик показателей (свойств) услуг, обеспечивающих их способность удовлетворять установленные или предполагаемые потребности потребителя и возможность оценки уровня качества услуг	
К количественным характеристикам показателей услуг относят продолжительность исполнения услуги, показатели безопасности для жизни и здоровья потребителя	Качественными характеристиками показателей услуг являются профессиональная подготовка и квалификация персонала, санитарно-гигиенические и эргономические условия обслуживания потребителей, внимательность и предупредительность в отношениях с потребителями

Рис. 1.1.5. Номенклатура показателей качества услуг на основе ГОСТ Р 52113-2014

Источник: сост. авт.

Система предоставления государственных и муниципальных услуг имеет свою специфику. В рамках Генерального соглашения по торговле услугами (ГАТС/GATS) четко разграничены услуги в целом и услуги органов публичной власти<sup>17</sup>, в 2010 г. Федеральным законом

<sup>17</sup> Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС/GATS) (Заключено в г. Марракеше 15.04.1994 г.) // International Investment Instruments: A Compendium. Vol. I. New York–Geneva: United Nations. 1996. P. 285–323.

от 27.07.2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» в нашем государстве вводится понятие государственных и муниципальных услуг<sup>18</sup> (табл. 1.1.1). Для каждой государственной и муниципальной услуги (например, выдача свидетельства о рождении, получение паспорта и т.п.) разрабатывается регламент и стандарт услуги, в которых четко закреплён исчерпывающий перечень требований к той документации, которую должен предоставить гражданин при обращении за государственной/муниципальной услугой, указывается ответственный орган, сроки предоставления, сроки ожидания в очереди и т.д.

Как уже отмечалось выше, речь идет о развитии «сервисного государства», где в приоритете получатель услуг, а не орган власти. В 2021 г. был запущен пилотный проект по внедрению принципов клиентоцентричности, в котором приняли участие Минэкономразвития, Минфин, Минцифры, Минтруд, ФНС, Росимущество, Московская, Липецкая, Тульская области и Аналитический центр при Правительстве России. Одна из целей федерального проекта «Государство для людей» – к 2030 г. обучить 100% сотрудников органов исполнительной власти стандартам клиентоцентричности при работе с населением. При реализации принципа клиентоцентричности происходит оценка любой услуги с точки зрения её полезности и реальной востребованности. За 2023 г. совместно с федеральными органами власти Центр разработок «Государство для людей» перепроверил все федеральные услуги на соответствие принципам и стандартам клиентоцентричности. В отношении 114 услуг были сформированы планы оптимизации, и 50 из них уже реализованы. Прежде всего, были усовершенствованы сервисы по предоставлению сведений из различных государственных реестров, включая информацию об имуществе, доходах и информацию о зарегистрированных организациях<sup>19</sup>.

Свои особенности государственного регулирования есть у всех отраслей сферы услуг. Например, в сфере образования органами публичной власти разрабатываются Федеральные государственные образовательные стандарты (ФГОС) (по уровням образования), которые содержат требования к образовательным программам, учебно-методическому, кадровому, материально-техническому, финансовому обеспечению образовательного процесса. Все образовательные организации обязаны соблюдать требования ФГОС.

В рамках Общероссийского классификатора видов экономической

---

<sup>18</sup> Федеральный закон от 27.07.2010 г. № 210-ФЗ «Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг» (в ред. от 25.12.2023 г.) // Собрание законодательства РФ. 2010. 2 августа. № 31. Ст. 4179.

<sup>19</sup> Федеральный проект «Государство для людей». URL: <https://государстводлялюдей.рф> (дата обращения: 15.05.2024).

деятельности – ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) в ред. от 01.05.2024 г. Министерством экономического развития четко выделены отрасли сферы услуг<sup>20</sup>, которые используются Росстатом в ходе статистических наблюдений: анализируются виды предпринимательской деятельности, формируются статистические данные об отдельно взятом виде деятельности, отслеживаются изменения, касающиеся конкретной отрасли (табл. 1.1.3).

Таблица 1.1.3

**Виды экономической деятельности в сфере услуг в соответствии с ОК 029-2014**

G	Торговля оптовая и розничная; ремонт автотранспортных средств и мотоциклов
H	Транспортировка и хранение
I	Деятельность гостиниц и предприятий общественного питания
J	Деятельность в области информации и связи
K	Деятельность финансовая и страховая
L	Деятельность по операциям с недвижимым имуществом
M	Деятельность профессиональная, научная и техническая
N	Деятельность административная и сопутствующие дополнительные услуги
O	Государственное управление и обеспечение военной безопасности; социальное обеспечение
P	Образование
Q	Деятельность в области здравоохранения и социальных услуг
R	Деятельность в области культуры, спорта, организации досуга и развлечений
S	Предоставление прочих видов услуг
T	Деятельность домашних хозяйств как работодателей; недифференцированная деятельность частных домашних хозяйств по производству товаров и оказанию услуг для собственного потребления
U	Деятельность экстерриториальных организаций и органов

Источник: сост. авт. на основе Общероссийского классификатора видов экономической деятельности ОК 029-2014.

Ещё одним методом государственного регулирования сферы услуг является лицензирование, предусмотренное Федеральным законом от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ (ред. от 25.12.2023 г.) «О лицензировании отдельных видов деятельности»<sup>21</sup>.

Основной задачей лицензирования является предотвращение ущерба, который может быть принесен деятельностью организаций различных отраслей сферы услуг гражданам, культурному наследию, окружающей среде, безопасности государства. В этом смысле лицензирование является действенным инструментом обеспечения устойчивого развития сферы услуг. В рамках проводимой административной реформы в России с 2008 г. проходил поэтапный процесс отмены лицензирования ряда видов предпринимательской деятельности в сфере услуг. Основные аргументы сторонников реформирования:

<sup>20</sup> Общероссийский классификатор видов экономической деятельности. ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) (ред. от 01.05.2024 г.); Приказ Росстандарта от 14.03.2024 г. № 313-ст. М.: Стандартинформ, 2014.

<sup>21</sup> Федеральный закон «О лицензировании отдельных видов деятельности» от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ (ред. от 25.12.2023 г.) // Собрание законодательства РФ. 2011. 9 мая. № 19. Ст. 2716.

противодействие коррупционным проявлениям и формализация лицензирования превратилось в обыкновенную куплю-продажу лицензий. Замена лицензирования – это обязательное вступление в саморегулируемые организации. При саморегулировании право на ведение предпринимательской деятельности напрямую связывается не с наличием специального разрешения государства (лицензии), а с добросовестным членством в некоммерческой организации, выполнением всех требований, предъявляемых такой организацией к своим членам. В идеале саморегулирование предполагает вовлечение всех профессиональных участников рынка в процесс формирования для самих себя цивилизованных условий работы. Отметим, что те виды деятельности в сфере услуг, которые имеют высокую социальную значимость для населения, связанные с безопасностью населения (например, образование, здравоохранение, пассажирские перевозки, связь), подлежат лицензированию (табл. 1.1.1). Выдавая разрешение на ведение определенного вида деятельности, органы публичной власти берут на себя часть ответственности за качественное и безопасное предоставление услуг населению. Кроме того, лицензия необходима для участия в государственных и муниципальных закупках или для привлечения инвестиций, наличие лицензии может быть обязательным условием для получения банковского кредита или поддержки в рамках государственных и муниципальных программ, направленных на поддержку малого и среднего предпринимательства в различных отраслях сферы услуг.

Важное место в системе государственного и муниципального управления сферой услуг занимают контрольно-надзорные функции. Контроль и надзор со стороны органов публичного управления за деятельностью хозяйствующих субъектов в сфере услуг сегодня базируется на риск-ориентированном подходе, который предполагает, что контрольно-надзорная деятельность (далее – КНД) должна основываться на рисках и быть соразмерной им: частота проверок и используемые ресурсы должны быть пропорциональны уровню риска причинения вреда имуществу и здоровью людей. Внедрение риск-ориентированного подхода легло в основу реформирования КНД (с 2014 г.)<sup>22</sup>. С 2019 г. реформа КНД осуществляется в формате «регуляторной гильотины». Задачи «регуляторной гильотины» – это повысить уровень безопасности для граждан (как для работников, так и для получателей услуг) и снизить административные барьеры для субъектов предпринимательской деятельности во всех сферах общественной жизни, включая сферу услуг. В результате инвентаризации

---

<sup>22</sup> Реформа контрольно-надзорной и разрешительной деятельности // Министерство экономического развития: офиц. сайт. URL: <https://knd.ac.gov.ru/> (дата обращения: 19.05.2024).

нормативно-правовых актов в сфере КНД многие из них были отменены из-за неактуальности, разработана новая система обязательных требований, соответствующих современному уровню технологического развития и риск-ориентированному подходу<sup>23</sup>. Приняты Федеральные законы «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации»<sup>24</sup> и «Об обязательных требованиях»<sup>25</sup>.

Рассмотрим на примере сферы здравоохранения, как органы публичной власти реализуют контрольно-надзорную функцию, что понимают под федеральным контролем (надзором) (рис. 1.1.6). Основная цель – это качество и безопасность медицинской деятельности<sup>26</sup>.

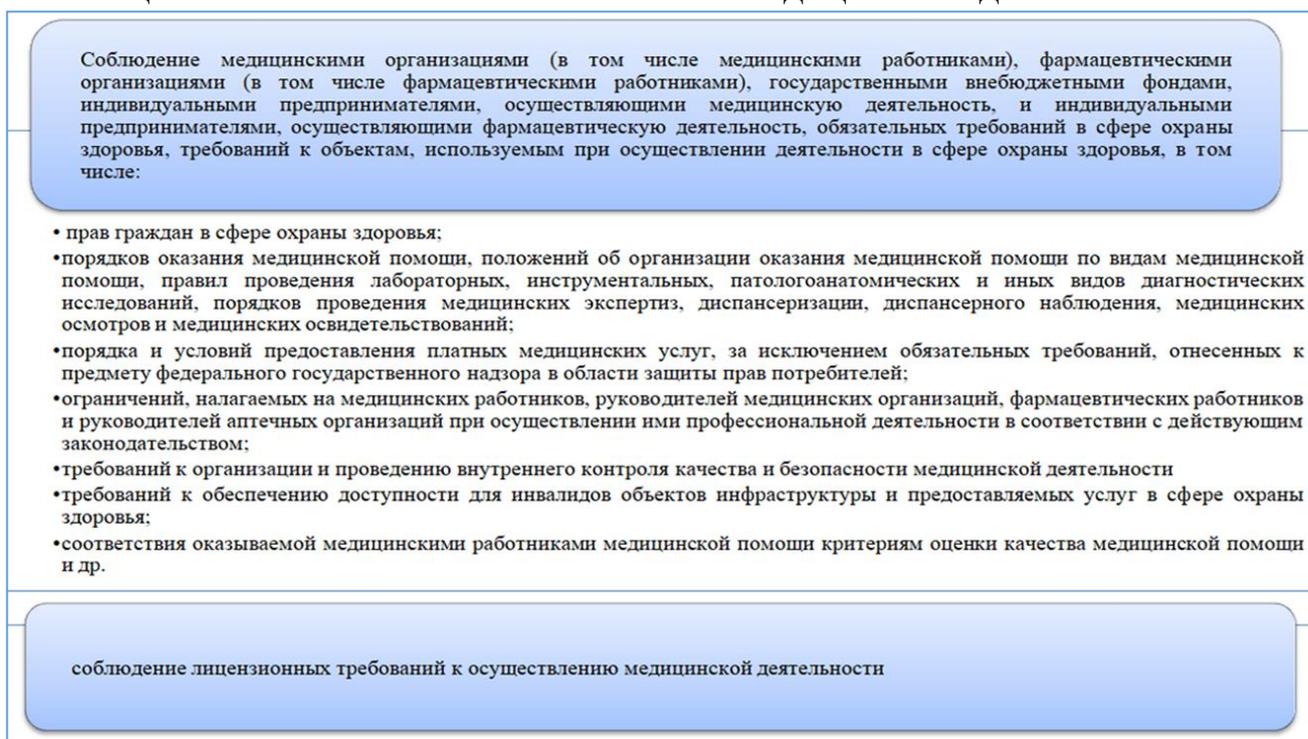


Рис. 1.1.6. Предмет федерального контроля (надзора) качества и безопасности медицинской деятельности в России

*Источник:* сост. авт. на основе Федерального закона «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ (ред. от 05.01.2024).

Проверки осуществляются на основе риск-ориентированного подхода (табл. 1.1.4). Постановлением Правительства РФ от 29.06.2021 г. № 1048 (ред. от 30.11.2021 г.) «Об утверждении Положения о федеральном государственном контроле (надзоре) качества и безопасности

<sup>23</sup> Реформа контрольно-надзорной и разрешительной деятельности // Министерство экономического развития: офиц. сайт. URL: <https://knd.ac.gov.ru/> (дата обращения: 19.05.2024).

<sup>24</sup> Федеральный закон «О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации» от 31.07.2020 г. № 248-ФЗ (в ред. от 25.12.2023 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>25</sup> Федеральный закон «Об обязательных требованиях в Российской Федерации» от 31.07.2020 г. № 247-ФЗ (в ред. от 24.09.2022). URL: <http://www.pravo.gov.ru> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>26</sup> Федеральный закон «Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации» от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ (ред. от 05.01.2024 г.) // Собрание законодательства РФ. 2011. 28 ноября. № 48. Ст. 6724.

медицинской деятельности» объекты контроля делятся на категории, которые считаются путем суммирования значения показателей риска, присвоенных выполняемым объектом контроля работам (услугам), составляющим медицинскую деятельность<sup>27</sup>. Например, показатель риска для работ и услуг при оказании специализированной, в том числе высокотехнологичной, медицинской помощи по анестезиологии и реаниматологии составляет 2887, по диетологии – 577, по медицинской статистике – 289, далее рассматривают аналогичные показатели по всем работам и услугам, суммируют и получают общий показатель риска, который позволяет отнести организацию/учреждение к определенной категории.

Таблица 1.1.4

**Применение риск-ориентированного подхода в процессе федерального контроля (надзора) качества и безопасности предоставления медицинских и фармацевтических услуг в России**

Категория риска	Виды проведения плановых контрольных (надзорных) мероприятий в отношении объектов контроля в зависимости от присвоенной категории риска и их периодичность
Чрезвычайно высокий риск	инспекционный визит - один раз в календарном году; выездная проверка - один раз в календарном году; контрольная закупка - один раз в календарном году; документарная проверка - один раз в календарном году
Высокий риск	инспекционный визит - один раз в 2 года; выездная проверка - один раз в 2 года; контрольная закупка - один раз в 2 года; документарная проверка - один раз в 2 года
Значительный риск	инспекционный визит - один раз в 3 года; выездная проверка - один раз в 3 года; контрольная закупка - один раз в 3 года; документарная проверка - один раз в 3 года
Средний риск	инспекционный визит - один раз в 5 лет; выездная проверка - один раз в 5 лет; контрольная закупка - один раз в 5 лет; документарная проверка - один раз в 5 лет
Умеренный риск	инспекционный визит - один раз в 6 лет; выездная проверка - один раз в 6 лет; контрольная закупка - один раз в 6 лет; документарная проверка - один раз в 6 лет
Низкий риск	плановые проверки не проводятся

Источник: сост. авт. на основе Положения о федеральном государственном контроле (надзоре) качества и безопасности медицинской деятельности»: Постановление Правительства РФ от 29.06.2021 г. № 1048 (ред. от 30.11.2021 г.).

Следующий важный аспект, на котором обязательно необходимо остановиться, – это планирование как функция государственного и муниципального управления сферой услуг. В современных условиях основным методом государственного и муниципального управления

<sup>27</sup> «Об утверждении Положения о федеральном государственном контроле (надзоре) качества и безопасности медицинской деятельности» объекты контроля делятся на категории: Постановление Правительства РФ от 29.06.2021 г. № 1048 (ред. от 30.11.2021 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru) (№ 0001202107010075).

всеми отраслями общественной жизни является программно-целевой метод, основными инструментами – государственные и муниципальные программы и проекты<sup>28</sup>. Федеральный закон «О стратегическом планировании в РФ» от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ регулирует процесс целеполагания, прогнозирования, планирования и мониторинга реализации документов стратегического планирования развития отраслей сферы услуг России, субъектов РФ и муниципальных образований: стратегий, государственных и муниципальных программ и др.<sup>29</sup> В рамках реализации проектов и программ органы публичной власти обеспечивают решение системных проблем развития сферы услуг в различных регионах и муниципалитетах, поддерживают внедрение инноваций и в целом устойчивое развитие различных отраслей. Устанавливаются целевые показатели, перечисляются субсидии из бюджетов различных уровней для их достижения с постоянным мониторингом данного процесса для внесения своевременных корректировок в процесс планирования развития сферы услуг страны, региона, муниципального образования.

Задачи, методы и инструменты государственного и муниципального управления различными отраслями сферы услуг отличаются в зависимости от уровня публичного управления (табл. 1.1.5).

*Таблица 1.1.5*

**Задачи, методы и инструменты государственного и муниципального управления различными отраслями сферы услуг**

Задачи государственного и муниципального управления отраслями сферы услуг	Методы и инструменты государственного и муниципального управления отраслями сферы услуг
<i>На федеральном уровне</i>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– повсеместное обеспечение минимальных социальных гарантий населению;</li> <li>– эффективное межрегиональное перераспределение финансовых ресурсов;</li> <li>– создание для всех хозяйствующих субъектов благоприятных одинаково выгодных условий в различных субъектах РФ;</li> <li>– разработка долговременной перспективы, в соответствии с которой все предприятия и организации могли бы успешно и надежно формировать свое хозяйственное поведение;</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нормативно-правовое регулирование сферы услуг;</li> <li>– лицензирование, стандартизация и регламентация в сфере услуг;</li> <li>– государственная поддержка социально значимых отраслей сферы услуг с помощью создания соответствующей инфраструктуры;</li> <li>– экономическое (финансовое) регулирование;</li> </ul>

<sup>28</sup> Указ Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 07.05.2018 г. № 204 (ред. от 21.07.2020 г.); Указ Президента РФ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» от 07.05.2024 № 309.

<sup>29</sup> Федеральный закон «О стратегическом планировании в РФ» от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ (в ред. от 17.02.2023 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014. 30 июня. № 26 (ч. I). Ст. 3378.

<ul style="list-style-type: none"> <li>– поддержание с помощью экономических (рыночных) методов экономики отрасли на наиболее приемлемом уровне;</li> <li>– разработка четкой системы государственной регламентации хозяйственной деятельности, уровень которой по мере выхода из экономического кризиса и создания нормальной ситуации следует обязательно снижать до минимально необходимого в условиях свободной эффективной конкуренции;</li> <li>– формирование инфраструктуры рынка, способствующей успешному функционированию предприятий, оказывающих услуги.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разработка и реализация национальных проектов, государственных программ РФ, направленных на поддержку и развитие различных отраслей сферы услуг;</li> <li>– контроль и надзор, основанный на риск-ориентированном подходе и др.</li> </ul>
<b>На региональном и муниципальном уровнях</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>– обеспечение для всех хозяйствующих субъектов в сфере услуг благоприятных условий для ведения предпринимательской деятельности с учетом региональных и муниципальных особенностей развития территории;</li> <li>– разработка и реализация долгосрочных стратегий развития сферы услуг, учитывающих потребности и особенности региона и муниципального образования;</li> <li>– развитие инфраструктуры региона/муниципального образования, поддерживающей предоставление различных услуг (больницы, школы, культурные центры, транспортная, жилищно-коммунальная инфраструктура и др.), в том числе инвестирование в цифровизацию сферы услуг;</li> <li>– создание условий для развития инновационных проектов и стартапов в сфере услуг, направленных на улучшение качества и эффективности услуг на территории региона/муниципального образования;</li> <li>– кадровое обеспечение сферы услуг региона/муниципального образования;</li> <li>– регулярный мониторинг качества предоставляемых услуг и удовлетворенности жителей региона/муниципального образования для своевременной коррекции деятельности.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– нормативно-правовое регулирование сферы услуг;</li> <li>– государственная и муниципальная поддержка социально значимых отраслей сферы услуг с помощью создания соответствующей инфраструктуры;</li> <li>– экономическое (финансовое) регулирование;</li> <li>– разработка и реализация региональных проектов, государственных программ субъектов РФ и муниципальных программ, направленных на поддержку и развитие различных отраслей сферы услуг.</li> </ul>

*Источник:* сост. авт. на основе: Воронина Н.А., Новоселова М.А. Методы государственного управления развитием сферы услуг // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2013. № 3-1. С. 307–308. URL: <https://ideas.repec.org/a/scn/002275/15056541.html> (дата обращения: 23.05.2024).

Вполне логично, что и полномочия органов публичного управления и документы стратегического планирования на разных уровнях будут отличаться. Рассмотрим ключевые аспекты разграничения полномочий между уровнями публичного управления на примере сферы образования (табл. 1.1.6) и выстраивания инфраструктуры поддержки субъектов малого и среднего предпринимательства в одном из регионов России – Ленинградской области.

**Структура органов государственного и муниципального управления  
в сфере образования и их полномочия**

Название профильного органа исполнительной власти	Основные полномочия	Основные программно-целевые документы
<b>На уровне Российской Федерации</b>		
<p>Министерство просвещения;</p> <p>Министерство науки и высшего образования;</p> <p>Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разработка и проведение единой государственной политики в сфере образования;</li> <li>– организация предоставления высшего образования, включая обеспечение государственных гарантий реализации права на получение на конкурсной основе бесплатно высшего образования;</li> <li>– разработка, утверждение и реализация государственных программ Российской Федерации, федеральных целевых программ, реализация международных программ в сфере образования;</li> <li>– утверждение федеральных государственных образовательных стандартов, установление федеральных государственных требований;</li> <li>– лицензирование образовательной деятельности;</li> <li>– государственная аккредитация образовательной деятельности организаций, осуществляющих образовательную деятельность;</li> <li>– федеральный государственный контроль (надзор) в сфере образования в отношении организаций, осуществляющих образовательную деятельность;</li> <li>– разработка прогнозов подготовки кадров, требований к подготовке кадров на основе прогноза потребностей рынка труда;</li> <li>– обеспечение осуществления мониторинга в системе образования на федеральном уровне;</li> <li>– создание условий для организации проведения независимой оценки качества условий осуществления образовательной деятельности организациями, осуществляющими образовательную деятельность и др.</li> </ul>	<p>Государственная программа Российской Федерации «Развитие образования»</p> <p>Национальный проект «Образование», включающий федеральные проекты: «Современная школа», «Успех каждого ребенка», «Поддержка семей, имеющих детей», «Цифровая образовательная среда», «Учитель будущего», «Социальные лифты для каждого», «Экспорт образования», «Новые возможности для каждого», «Социальная активность»</p> <p>Федеральный проект «Профессионалитет»</p>
<b>На уровне Ленинградской области</b>		
<p>Комитет общего и профессионального образования Ленинградской области</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разработка и реализация региональных программ развития образования с учетом региональных социально-экономических, экологических, демографических, этнокультурных и других особенностей субъектов Российской Федерации;</li> <li>– создание, реорганизация, ликвидация образовательных организаций субъектов Российской Федерации, осуществление функций и полномочий учредителей образовательных организаций субъектов Российской Федерации;</li> <li>– обеспечение государственных гарантий реализации прав на получение общедоступного и бесплат-</li> </ul>	<p>Государственная программа Ленинградской области «Современное образование Ленинградской области»</p> <p>Региональные проекты: «Патриотиче-</p>

	<p>ного дошкольного образования в муниципальных дошкольных образовательных организациях, общедоступного и бесплатного дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования в муниципальных общеобразовательных организациях, обеспечение дополнительного образования детей в муниципальных общеобразовательных организациях посредством предоставления субвенций местным бюджетам, включая расходы на оплату труда, приобретение учебников и учебных пособий, средств обучения, игр, игрушек (за исключением расходов на содержание зданий и оплату коммунальных услуг), в соответствии с нормативами, определяемыми органами государственной власти субъектов Российской Федерации;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– организация предоставления общего образования в государственных образовательных организациях субъектов Российской Федерации;</li> <li>– создание условий для осуществления присмотра и ухода за детьми, содержания детей в государственных образовательных организациях субъектов Российской Федерации;</li> <li>– организация предоставления среднего профессионального образования, включая обеспечение государственных гарантий реализации права на получение общедоступного и бесплатного среднего профессионального образования;</li> <li>– организация предоставления дополнительного образования детей в государственных образовательных организациях субъектов Российской Федерации;</li> <li>– организация предоставления дополнительного профессионального образования в государственных образовательных организациях субъектов Российской Федерации и др.</li> </ul>	<p>ское воспитание граждан Российской Федерации (Ленинградская область)»</p> <p>Современная школа (Ленинградская область)</p> <p>«Успех каждого ребенка (Ленинградская область)»</p> <p>«Цифровая образовательная среда (Ленинградская область)»</p>
<b>На уровне Сосновоборского городского округа</b>		
<p>Комитет образования администрации муниципального образования «Сосновоборский городской округ Ленинградской области»</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– организация предоставления общедоступного и бесплатного дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования по основным общеобразовательным программам в муниципальных образовательных организациях (за исключением полномочий по финансовому обеспечению реализации основных общеобразовательных программ в соответствии с федеральными государственными образовательными стандартами);</li> <li>– организация предоставления дополнительного образования детей в муниципальных образовательных организациях (за исключением дополнительного образования детей, финансовое обеспечение которого осуществляется органами государственной власти субъекта Российской Федерации);</li> <li>– создание условий для осуществления присмотра и ухода за детьми, содержания детей в муниципальных образовательных организациях;</li> </ul>	<p><b>Муниципальная программа</b></p> <p>«Современное образование в Сосновоборском городском округе»</p>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– создание, реорганизация, ликвидация муниципальных образовательных организаций (за исключением создания органами местного самоуправления муниципальных районов муниципальных образовательных организаций высшего образования), осуществление функций и полномочий учредителей муниципальных образовательных организаций;</li> <li>– обеспечение содержания зданий и сооружений муниципальных образовательных организаций, обустройство прилегающих к ним территорий;</li> <li>– учет детей, подлежащих обучению по образовательным программам дошкольного, начального общего, основного общего и среднего общего образования, закрепление муниципальных образовательных организаций за конкретными территориями муниципального района, муниципального округа, городского округа.</li> </ul>	
--	---	--

*Источник:* составлено авт. на основе Федерального закона «Об образовании в Российской Федерации» от 29.12.2012 г. № 273–ФЗ (в ред. от 25.12.2023 г.) // Российская газета. 2012. 31 декабря. № 303.

Социально значимые отрасли сферы услуг требуют серьезной государственной и муниципальной поддержки, которая включает в себя целую систему мер финансового, материально-технического, правового, инфраструктурного характера. Если говорить о поддержке сектора малого и среднего предпринимательства (далее – МСП), то здесь однозначно следует отметить важную роль региональных и муниципальных властей, особенно в части формирования инфраструктуры (табл. 1.1.7).

Таким образом, анализ вопросов разграничения функций и полномочий органов публичного управления федерального, регионального и муниципального уровней позволяет сделать вывод о том, что де-юре есть четкое понимание того, какие органы власти и по каким приоритетным направлениям осуществляют государственную и муниципальную политику, направленную на развитие сферы услуг. Документы стратегического планирования синхронизированы. Де-факто наблюдается проблема недостаточности собственных финансовых возможностей ряда регионов и муниципальных образований для решения системных проблем развития сферы образования, здравоохранения, культуры и других социально значимых отраслей сферы услуг.

Подводя итоги, отметим, что во всех государствах мира на современном этапе возрастает значимость сферы услуг в отраслевой структуре ВВП и на рынке труда, сфера услуг доминирует над сферой материального производства, следствием чего становится формирование и активное развитие сервисной экономики, сервисного государства.

**Ключевые органы/организации инфраструктуры государственной  
и муниципальной поддержки МСП на примере Ленинградской области<sup>30</sup>**

Название органа публичной власти/организации	Основные направления деятельности
<b>На уровне Ленинградской области</b>	
<b>Комитет по развитию малого, среднего бизнеса и потребительского рынка Ленинградской области</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– реализация мер по созданию благоприятных условий для МСП на территории региона;</li> <li>– разработка и реализация региональных программ развития МСП;</li> <li>– создание и обеспечение функционирования инфраструктуры поддержки МСП и др.</li> </ul>
<b>Центр «Мой бизнес», открывшийся в 2019 г. на базе Фонда поддержки предпринимательства и промышленности Ленинградской области</b>	<p>Предоставление субъектам МСП услуг, сервисов, а также различных меры поддержки, среди них – микрозаймы, гарантии для МСП и финансовая поддержка, которая оказывает содействие в получении федерального кредита и гарантийной помощи. На сайте <b>Центра</b> работает контактная площадка «МФЦ для бизнеса» для консультаций региональных организаций поддержки. Возможна организация личных встреч с Уполномоченным по защите прав предпринимателей Ленинградской области. Пространство для проведения мероприятий (два конференц-зала, переговорные комнаты и рабочее место для консультаций) бесплатно предоставляется муниципальным агентствам поддержки предпринимательства, органам государственной власти и бизнес-организациям. Имеются помещения для совместной работы, и их услуги также предоставляются бесплатно малым и средним предприятиям и организациям поддержки предпринимательства в Ленинградской области.</p>
<b>ГКУ Ленинградской области «Центр поддержки предпринимательства»</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– консультирование на бесплатной основе по вопросам создания и ведения бизнеса, возможных мерах государственной поддержки;</li> <li>– организует процесс предоставления субсидий: прием заявок, подготовка документов;</li> <li>– проводит обучающие программы, семинары, тренинги, мастер-классы;</li> <li>– оказывает содействие в продвижении товаров и услуг;</li> <li>– организует региональные конкурсы среди предприятий малого, среднего бизнеса;</li> <li>– обеспечивает информирование об актуальных событиях в бизнес-среде и мерах поддержки предпринимателей в СМИ и на интернет-ресурсах.</li> </ul>
<b>На уровне Кировского муниципального района</b>	
<b>Отдел по развитию малого и среднего бизнеса и муниципальных услуг администрации Кировского муниципального района</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– разработка и внедрение в практическую деятельность информационной системы, обеспечивающей экономическую, статистическую, производственную и правовую информацию для поддержки субъектов МСП, осуществляющих свою деятельность на территории района;</li> <li>– участие в организации международных и внешнеэкономических связей по вопросам развития сферы МСП, а также потреби-</li> </ul>

<sup>30</sup> Спицын А.С., Якимчук Н.Н. К вопросу о реализации мер поддержки сектора малого и среднего предпринимательства на территории муниципальных образований Ленинградской области // Журнал правовых и экономических исследований. 2023. № 3. С. 377–378. DOI 10.26163/GIEF.2023.60.75.054. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54739112> (дата обращения: 21.05.2024).

	<p>тельского рынка в соответствии с российским законодательством;</p> <p>– содействие защите прав потребителей;</p> <p>– подготовка заседаний и участие в работе общественного совета представителей малого бизнеса при главе администрации МО «Кировский район» и др.</p>
Комитет по управлению муниципальным имуществом	Оказывает имущественную поддержку как самим субъектам малого и среднего бизнеса, так и организациям, которые на сегодняшний день образуют муниципальную инфраструктуру поддержки данного сектора экономики, за счет предоставления в пользование определенного муниципального имущества.
<b>Фонд поддержки малого бизнеса Кировского района Ленинградской области</b>	<p>– предоставляет бесплатные консультации по вопросам создания бизнеса, получения государственной и муниципальной поддержки;</p> <p>– оказывает информационную и консультационную поддержку малым и средним предприятиям;</p> <p>– проводит обучающие программы, семинары, тренинги, мастер-классы;</p> <p>– оказывает содействие в продвижении товаров и услуг;</p> <p>– обеспечивает информирование об актуальных событиях в бизнес – среде и мерах поддержки предпринимателей в СМИ и на интернет-ресурсах.</p>
<b>МБУ «Центр поддержки предпринимательства г. Кировска»</b>	На базе данного центра можно получить бесплатные консультации по вопросам создания и ведения бизнеса, получения государственной и муниципальной имущественной поддержки. Кроме того, центр предоставляет информацию, консультации и имущественную помощь субъектам МСП.

Мировой и отечественный опыт государственного и муниципального управления устойчивым развитием сферы услуг, теоретические разработки по данной теме позволяют выделить широкий спектр методов и инструментов публичного управления:

- программно-целевой метод (определение целей, задач и приоритетных направлений развития отраслей сферы услуг в рамках разработки государственной политики на федеральном и региональном уровнях и муниципальной политики);
- правовое регулирование сферы услуг;
- лицензирование, стандартизация и регламентация в сфере услуг;
- государственная поддержка социально значимых отраслей сферы услуг с помощью создания соответствующей инфраструктуры;
- экономическое (финансовое) регулирование;
- контрольно-надзорные методы, основанные на риск-ориентированном подходе, и др.

Все методы и инструменты неразрывно взаимосвязаны между собой и в совокупности образуют механизм государственного управления устойчивым развитием сферы услуг. Стремительные изменения в обществе, цифровизация сферы услуг требуют разработки научно-обоснованных подходов к определению механизмов, которые будут

использовать органы публичного управления для поддержки и развития новых приоритетных услуг, среди которых важнейшее место занимает программно-целевой подход.

## **1.2 Приоритетные направления и инновационные инструменты государственной политики устойчивого развития сферы услуг региона**

Прежде чем перейти к анализу приоритетных направлений государственной политики устойчивого развития сферы услуг региона и инструментов её реализации, определим понятия «услуги» и «сферы услуг».

В соответствии со ст. 38 Налогового кодекса РФ услуга – «деятельность, результаты которой не имеют материального выражения, реализуются и потребляются в процессе осуществления этой деятельности»<sup>31</sup>.

Под услугами понимаются различные полезные результаты деятельности, которые удовлетворяют определённые потребности, не воплощённые в материально-вещественной форме<sup>32</sup>.

В зависимости от того, в чем именно проявляются услуги, сферу услуг можно разделить на два подсектора:

- производство материальных услуг (транспорт, торговля, ЖКХ и т.д.), которое связано с материальными объектами;
- производство нематериальных услуг (образование, здравоохранение, наука, искусство, социальное обслуживание, менеджмент и т.д.), которое менее связано с материальной стороной. В данном случае объектом воздействия становится человек, а не товары<sup>33</sup>.

В связи с этим становится очевидным, что понятия товаров и услуг бывает сложно отличить друг от друга. Кроме того, до сих пор спорными остаются вопросы отраслевого состава сферы услуг. Так, например, некоторые исследователи относят транспорт к отдельной сфере экономики, наряду с сельскохозяйственной, промышленной и сферой услуг.

Д. Риддл детализирует сферу услуг, выделяя отдельные виды услуг (рис. 1.2.1).

Таким образом, Д. Риддл выделил бизнес-услуги, услуги связи, торговые услуги, социальные (личные) услуги и государственное управление.

---

<sup>31</sup> Ст. 38 Налогового кодекса Российской Федерации (ч. 1) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ // Собрание законодательства Российской Федерации. 1998. 3 августа. № 31. Ст. 3824.

<sup>32</sup> Романова М.М. Экономика сферы услуг. М.: КНОРУС, 2021. С. 8.

<sup>33</sup> Там же. С. 18.

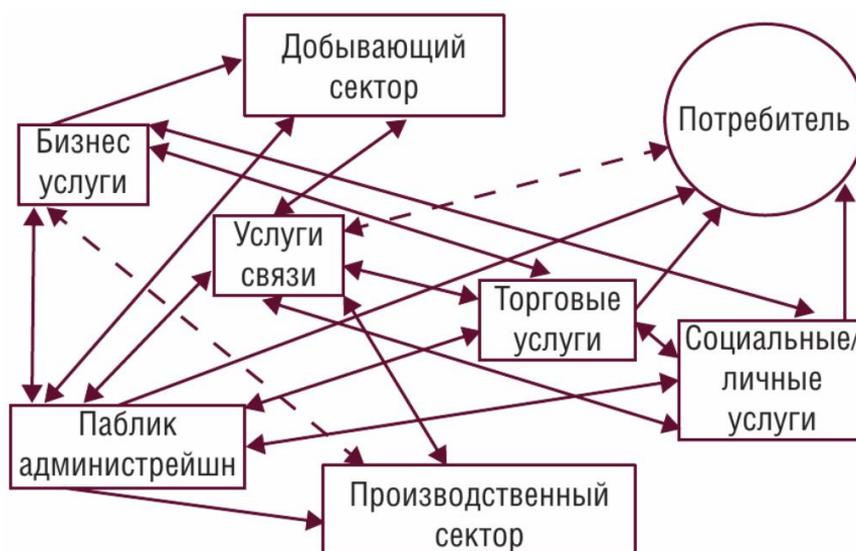


Рис. 1.2.1. Интерактивная модель экономики<sup>34</sup>

Ряд отраслей сферы услуг (здравоохранение, образование, жилищно-коммунальные услуги и др.) является жизненно важным для населения, в том числе с позиций устойчивого развития (социальной составляющей) в связи с чем контролируется и финансируется государством. В качестве примера рассмотрим приоритетные направления государственной политики сферы здравоохранения.

Сфера здравоохранения является важной отраслью сферы услуг. Ее значимость определяет демографическую безопасность территории, сохранение трудового потенциала населения. Создание эффективной конкурентоспособной экономики невозможно без обеспечения условий для профилактики, сохранения и укрепления здоровья, работоспособности и повышения продолжительности жизни граждан. В соответствии с этим государственная политика в сфере здравоохранения должна быть направлена на совершенствование охраны здоровья населения, предоставления им медицинской помощи.

Проектное управление сферой здравоохранения начинает внедряться в 2006 г., когда началась реализация приоритетного национального проекта «Здоровье»<sup>35</sup>. В сентябре 2005 г. была озвучена идея реализации приоритетных национальных проектов, цель которых заключалась в концентрации бюджетных и административных ресурсов по основным направлениям социально-экономического развития России<sup>36</sup>. В результате с 1 января 2006 г. началась реализация четырех национальных проектов: «Здоровье», «Образование», «Доступное и

<sup>34</sup> Романова М.М. Экономика сферы услуг. М.: КноРус, 2021. С. 9.

<sup>35</sup> Кузьмин А.В., Трифонов Ю.Н. Государственная политика в сфере здравоохранения и механизмы её реализации // Ученые записки Тамбовского отделения РoCMY. 2021. № 22. С. 158–167. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-politika-v-sfere-zdravoohraneniya-i-mehanizmy-eyo-realizatsii> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>36</sup> История нацпроектов в России. URL: <https://tass.ru/info/6101471> (дата обращения: 11.05.2024).

комфортное жилье – гражданам России» и «Развитие агропромышленного комплекса».

Национальный проект «Здоровье» стал программой по повышению качества медицинской помощи. Основные задачи проекта представлены на рис. 1.2.2.

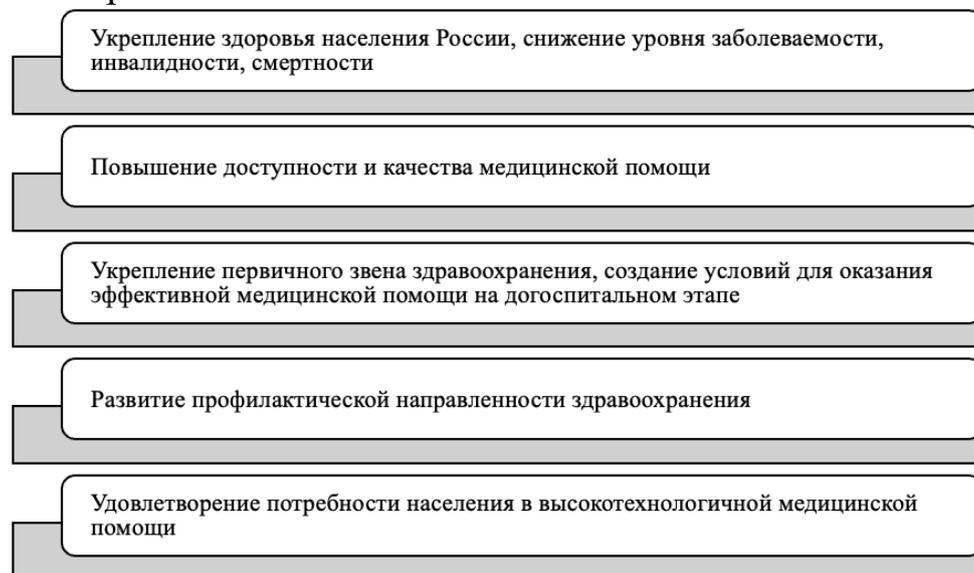


Рис. 1.2.2. Задачи национального проекта «Здоровье»<sup>37</sup>

При этом можно выделить основные направления нацпроекта:

- развитие первичной медико-санитарной помощи;
- обеспечение населения высокотехнологичной медицинской помощью;
- совершенствование организации медицинской помощи пострадавшим при дорожно-транспортных происшествиях;
- совершенствование медицинской помощи больным с сердечно-сосудистыми заболеваниями;
- развитие новых высоких медицинских технологий на базе федеральных медицинских учреждений, а также медицинских учреждений, находящихся в ведении субъектов Российской Федерации и муниципальных образований;
- формирование здорового образа жизни у россиян;
- снижение заболеваемости и смертности от туберкулеза<sup>38</sup>.

Всего за пять лет реализации проекта было израсходовано более 607 млрд рублей. Это составило 93,3% от утвержденного объема финансовых средств. Основными причинами неисполнения стали проблемы 2006–2007 годов, касающиеся выплат врачам первичного звена здравоохранения<sup>39</sup>.

<sup>37</sup> История нацпроектов в России. URL: <https://tass.ru/info/6101471> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>38</sup> Там же.

<sup>39</sup> Итоги реализации приоритетного национального проекта «Здоровье» в 2006–2010 годах // Официальный сайт Минздравсоцразвития РФ по состоянию на 01.03.2011 г. URL: [www.minzdravsoc.ru](http://www.minzdravsoc.ru) (дата обращения: 11.05.2024).

Итогом реализации национального проекта «Здоровье» в 2006–2010 гг. стало снижение показателей материнской и младенческой смертности. В 12 субъектах РФ не было зарегистрировано ни одного случая материнской смертности в 2010 г.<sup>40</sup>

Нацпроект предусматривал повышение доступности и качества медицинской помощи. В 2006–2010 гг. в России более 10 тыс. клинических учреждений были оснащены современным диагностическим оборудованием, обновлено около 70% парка автомобилей скорой помощи. Было запланировано строительство 15 федеральных центров высоких медицинских технологий, 14 федеральных центров в регионах (7 по профилю «Сердечно-сосудистая хирургия»; 5 по профилю «Травматология, ортопедия и эндопротезирование»; 2 по профилю «Нейрохирургия») и 1 – в Москве (Федеральный научно-клинический центр детской гематологии, онкологии и иммунологии)<sup>41</sup>. В результате 12 из 15 центров ввели в эксплуатацию уже в 2011 г.<sup>42</sup>, и в конце 2011 г. было объявлено о завершении строительства еще трех – в Смоленске, Барнауле и Калининграде<sup>43</sup>.

Еще одним достижением национального проекта «Здоровье» стала реализация программы «Родовой сертификат», которая позволяет женщинам самостоятельно выбрать родильный дом и получить диспансерное наблюдение ребенка в течение первого года жизни<sup>44</sup>.

Сфера здравоохранения не способна функционировать без квалифицированных кадров. Подготовка и поддержке медицинских специалистов было уделено особое внимание. Так, в рамках реализации нацпроекта с 2006 г. участковым врачам и медсестрам к основной зарплате осуществлялись дополнительные выплаты в размере 10 тыс. руб. и 5 тыс. руб. в месяц соответственно. Прибавку получили и работники скорой помощи и фельдшерско-акушерских пунктов.

Что касается снижения заболеваемости и смертности от туберкулеза, то здесь также наблюдается положительная динамика (рис. 1.2.3).

Мы видим устойчивое снижение заболеваемости и смертности от туберкулеза с 2008 г. Заболеваемость туберкулезом в 2020 г. состави-

---

<sup>40</sup> Итоги реализации приоритетного национального проекта «Здоровье» в 2006–2010 годах // Официальный сайт Минздравсоцразвития РФ по состоянию на 01.03.2011 г. URL: [www.minzdravsoc.ru](http://www.minzdravsoc.ru) (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>41</sup> Постановление Правительства РФ «О строительстве федеральных центров высоких медицинских технологий» от 20.03.2006 г. № 139 // Российская газета. 2006. 31 марта. № 66 (недейств.).

<sup>42</sup> Совещание по вопросу развития высокотехнологичной медицинской помощи // Правительство РФ: офиц. сайт. URL: <http://archive.government.ru/docs/21170/print/> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>43</sup> В Смоленске, Барнауле, Новосибирске и Калининграде созданы федеральные центры высокотехнологичной медицинской помощи в форме федеральных государственных бюджетных учреждений. URL: <https://tg.ru/documents/2011/11/15/medpomosch-site-dok.html> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>44</sup> История нацпроектов в России. URL: <https://tass.ru/info/6101471> (дата обращения: 11.05.2024).

ла 32,4 на 100 тыс. населения<sup>45</sup>. При этом суммарные темпы снижения заболеваемости составляли 62,8%, что в результате привело к снижению заболеваемости в 3 раза. Что касается показателя смертности от туберкулеза, то здесь также наблюдается положительная динамика. Так, с 2004 г. смертность от туберкулеза снизилась в 6 раз<sup>46</sup>.

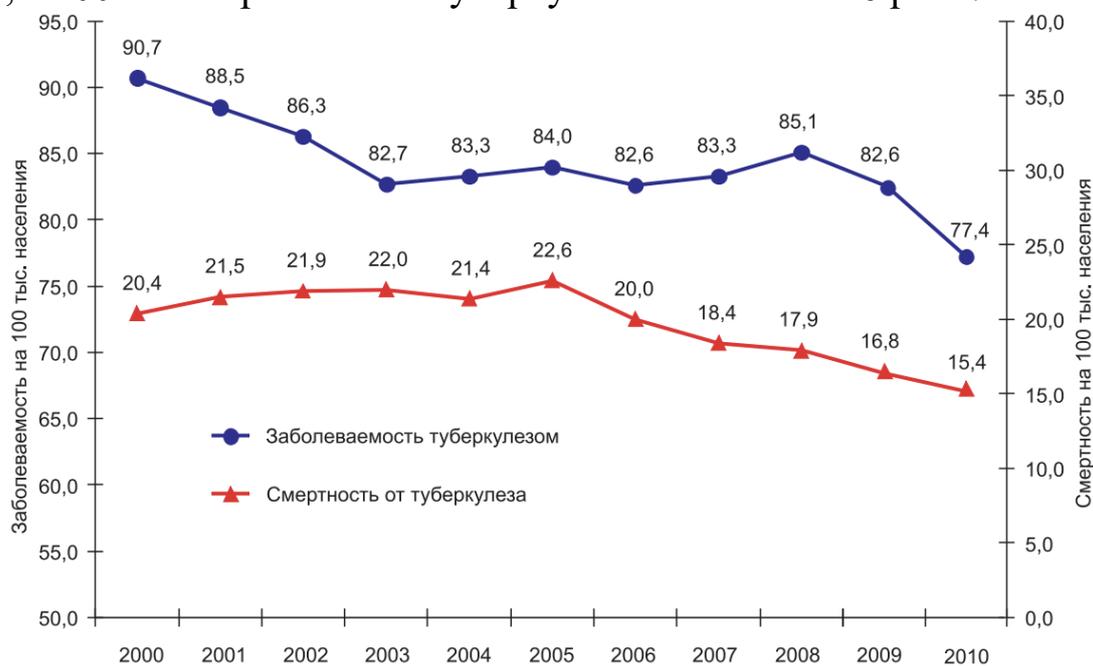


Рис. 1.2.3. Динамика общего показателя заболеваемости туберкулезом в России, на 100 тыс. населения<sup>47</sup>

Национальный проект «Здоровье» позволил создать необходимые условия для последующей реализации программ по совершенствованию оказания медицинской помощи населению по причинам-лидерам в структуре смертности населения, таким как болезни системы кровообращения, злокачественные новообразования, травмы и т.д.

В 2012 г. Указом Президента РФ были определены основные направления государственной политики в сфере здравоохранения<sup>48</sup>. Указ был разработан в целях сохранения и укрепления здоровья граждан РФ и увеличение продолжительности их жизни. Ключевыми задачи при этом были определены: снижение смертности от болезней кровообращения, новообразований, туберкулеза, дорожно-транспортных происшествий, снижение младенческой смертности. Инструмен-

<sup>45</sup> Цыбикова Э.Б. Динамика заболеваемости туберкулезом в России в первом двадцатилетии XXI века // Электронный журнал «Социальные аспекты здоровья населения». 2021. Т. 67. № 6. URL: <http://vestnik.mednet.ru/content/view/1328/30/lang,ru/> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>46</sup> Минздрав сообщил о снижении смертности от туберкулеза в РФ в шесть раз за 20 лет. URL: <https://tass.ru/obschestvo/20306017> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>47</sup> Туберкулез в Российской Федерации, 2010 г. Аналитический обзор статистических показателей, используемых в Российской Федерации. М., 2011. URL: <https://last.mednet.ru/images/stories/files/CMT/tbreview2010.pdf> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>48</sup> Указ Президента «О совершенствовании государственной политики в сфере здравоохранения» от 07.05.2012 г. № 598 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2012. 7 мая. № 19. Ст. 2335.

том достижения указанных целей и задач стали:

- Государственная программа РФ «Развитие здравоохранения», утвержденная Распоряжением Правительства РФ от 24.12.2012 г. № 2511-р<sup>49</sup>;

- Стратегия развития медицинской науки в Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная Распоряжением Правительства РФ от 28.12.2012 г. № 2580-р<sup>50</sup>;

- Стратегия лекарственного обеспечения населения РФ на период до 2025 года и план ее реализации, утвержденная Приказом Министерства здравоохранения РФ от 13.02.2013 г. № 66<sup>51</sup>;

- Комплекс мер по обеспечению системы здравоохранения РФ медицинскими кадрами до 2018 года, утвержденный распоряжением Правительства РФ от 15.04.2013 г. № 614-р<sup>52</sup>.

В качестве цели государственной программы «Развитие здравоохранения» было определено «обеспечение доступности медицинской помощи и повышение эффективности медицинских услуг, объемы, виды и качество которых должны соответствовать уровню заболеваемости и потребностям населения, передовым достижениям медицинской науки»<sup>53</sup>. Программа состояла из 11 подпрограмм, которые определяли основные направления развития здравоохранения: профилактика заболеваний и формирование здорового образа жизни, развитие первичной медико-санитарной помощи, совершенствование оказания специализированной, включая высокотехнологичную, медицинской помощи, скорой, в том числе скорой специализированной, медицинской помощи, медицинской эвакуации, развитие и внедрение инновационных методов диагностики, профилактики и лечения, а также основ персонализированной медицины, охрана здоровья матери и ребенка, кадровое обеспечение системы здравоохранения и др.<sup>54</sup>.

В последующем программа была дважды переработана и утвер-

---

<sup>49</sup> Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие здравоохранения"» от 24.12.2012 г. № 2511-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2012. 31 декабря. № 53. Ч. II. Ст. 8019 (недейств.).

<sup>50</sup> Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Стратегии развития медицинской науки в Российской Федерации на период до 2025 года» от 28.12.2012 г. № 2580-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013. 14 января. № 2. Ст. 111.

<sup>51</sup> Приказ Минздрава России «Об утверждении Стратегии лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года и плана ее реализации» от 13.02.2013 г. № 66. Документ опубликован не был.

<sup>52</sup> Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении комплекса мер по обеспечению системы здравоохранения Российской Федерации медицинскими кадрами до 2018 года» от 15.04.2013 г. № 614-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013. 22 апреля. № 16. Ст. 2017.

<sup>53</sup> Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие здравоохранения"» от 24.12.2012 г. № 2511-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2012. 31 декабря. № 53. Ч. II. Ст. 8019.

<sup>54</sup> Там же.

ждена Постановлением Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 294<sup>55</sup>, и текущий вариант государственной программы утвержден Постановлением Правительства РФ от 26.12.2017 г. № 1640<sup>56</sup>.

В настоящее время приоритеты государственной политики в сфере здравоохранения определены в следующих документах:

- Указ Президента Российской Федерации «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года»<sup>57</sup> от 07.05.2018 г. № 204;

- Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года»<sup>58</sup> от 06.06.2019 г. № 254;

- Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» от 02.07.2021 г. № 400<sup>59</sup>;

- Стратегия пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года, утвержденная распоряжением Правительства Российской Федерации от 13.02.2019 г. № 207-р<sup>60</sup>;

- Указ Президента РФ от 07.05.2024 г. № 309 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года»<sup>61</sup>, который заменил Указ Президента Российской Федерации от 21 июля 2020 г. № 474 «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года»<sup>62</sup>.

В качестве национальной цели до 2030 г. и на перспективу до 2036 г. определено сохранение населения, укрепление здоровья и повышение

---

<sup>55</sup> Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие здравоохранения"» от 15.04.2014 г. № 294 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014. 28 апреля. № 17. Ст. 2057 (недейств.).

<sup>56</sup> Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие здравоохранения"» от 26.12.2017 г. № 1640 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018. 1 января. № 1 (ч. II). Ст. 373.

<sup>57</sup> Указ Президента РФ «О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года» от 07.05.2018 г. № 204 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018. 14 мая. № 20. Ст. 2817.

<sup>58</sup> Указ Президента РФ «О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года» от 06.06.2019 г. № 254 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. 10 июня. № 23. Ст. 2927.

<sup>59</sup> Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» от 02.07.2021 г. № 400 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2021. 5 июля. № 27 (ч. II). Ст. 5351.

<sup>60</sup> Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года» от 13.02.2019 г. № 207-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. 18 февраля. № 7 (ч. II). Ст. 702.

<sup>61</sup> Указ Президента РФ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» от 07.05.2024 г. № 309 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2024. 13 мая. № 20. Ст. 2584.

<sup>62</sup> Указ Президента РФ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года» от 21.07.2020 г. № 474 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2020. 27 июля. № 30. Ст. 4884 (недейств.).

благополучия людей, поддержка семьи<sup>63</sup>. В частности определено, что необходимо обеспечить достижение следующих целевых показателей в области здравоохранения:

а) повышение суммарного коэффициента рождаемости до 1,6 к 2030 г. и до 1,8 к 2036 г., в том числе ежегодный рост суммарного коэффициента рождаемости третьих и последующих детей;

б) увеличение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет к 2030 г. и до 81 года к 2036 г., в том числе опережающий рост показателей ожидаемой продолжительности здоровой жизни;

в) обеспечение не ниже среднероссийских темпов повышения к 2030 г. суммарного коэффициента рождаемости в субъектах Российской Федерации, в которых по итогам 2023 г. значение такого коэффициента было ниже среднероссийского;

г) снижение к 2036 г. дифференциации показателей ожидаемой продолжительности жизни не менее чем на 25% по сравнению с уровнем 2023 г.;

д) снижение к 2030 г. суммарной продолжительности временной нетрудоспособности граждан в трудоспособном возрасте на основе формирования здорового образа жизни, создания условий для своевременной профилактики заболеваний и привлечения граждан к систематическим занятиям спортом;

е) повышение к 2030 г. уровня удовлетворенности граждан условиями для занятий физической культурой и спортом;

ж) увеличение к 2030 г. численности граждан пожилого возраста и инвалидов, получающих услуги долговременного ухода, не менее чем до 500 тыс. человек из числа наиболее нуждающихся в таких услугах;

з) повышение к 2030 г. уровня удовлетворенности участников специальной военной операции условиями для медицинской реабилитации, переобучения и трудоустройства;

и) создание и запуск к 2030 г. цифровой платформы, способствующей формированию, поддержанию и сохранению здоровья человека на протяжении всей его жизни, на базе принципа управления на основе данных<sup>64</sup>.

В соответствии с национальными целями, определёнными Указом Президента РФ от 07.05.2018 г. № 204 были разработаны национальные проекты, в том числе национальный проект «Здравоохранение». Ключевыми целями национального проекта стали снижение младенческой смертности, смертности населения трудоспособного возраста,

---

<sup>63</sup> Указ Президента РФ «О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года» от 07.05.2024 г. № 309 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2024. 13 мая. № 20. Ст. 2584.

<sup>64</sup> Там же.

смертности населения от сердечно-сосудистых и онкологических заболеваний, больничной летальности от инфаркта и инсульта, рост числа рентгенэндоваскулярных операций, достижение практически полной укомплектованности врачами и медсестрами подразделений, оказывающих амбулаторную помощь, внедрение «бережливых технологий» в медицинских организациях, обеспечение охвата граждан профилактическими медосмотрами не реже одного раза в год, рост объема экспорта медицинских услуг.

Национальный проект «Здравоохранение» содержит 9 федеральных проектов (рис. 1.2.4).

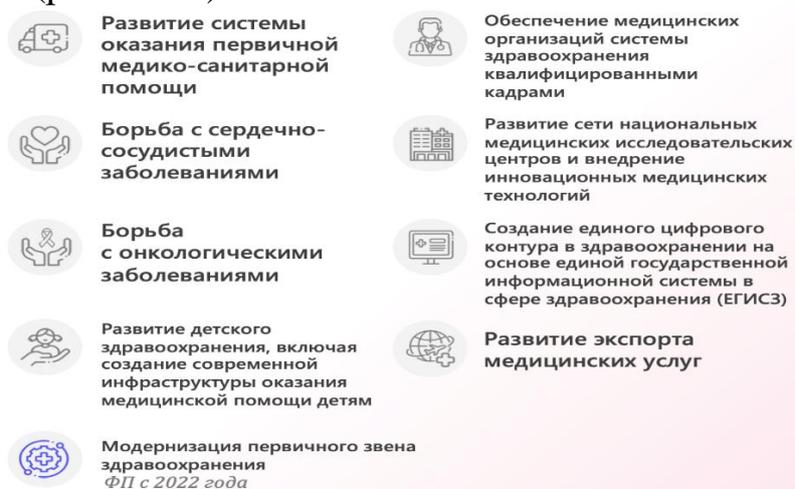


Рис. 1.2.4. Федеральные проекты, входящие в состав национального проекта «Здравоохранение»<sup>65</sup>

В 2018 г. было разработано 8 федеральных проектов. В рамках реализации федерального проекта «Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи» строятся фельдшерско-акушерские пункты и мобильные медицинские комплексы, организуются ежегодные медицинские осмотры. По итогам реализации федерального проекта создано более 2700 фельдшерско-акушерских пунктов и более 300 врачебных амбулаторий<sup>66</sup>. Для оказания экстренной помощи в труднодоступных районах развивается система санитарной авиации.

Нацпроект также предусматривает профилактику сердечно-сосудистых заболеваний в рамках реализации федерального проекта «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями». Благодаря федеральному проекту более 25,3 тыс. единиц медицинского оборудования введено в эксплуатацию в 622 региональных сосудистых центрах и первичных сосудистых отделениях.

Федеральный проект «Борьба с онкологическими заболеваниями» способствует повышению квалификации врачей, переоснащению ле-

<sup>65</sup> Национальные проекты России. URL: <https://национальныепроекты.рф> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>66</sup> Там же.

чебных организаций и открытию более 530 центров амбулаторной онкологической помощи и онкологических диспансеров. В результате выросла выявляемость онкозаболеваний – до 60,4% выявляются на I-II стадиях, снизилась годовая летальность на 17,6%, пятилетняя выживаемость выросла на 8,1%.

Федеральный проект «Развитие детского здравоохранения» направлен на строительство детских больниц и детских поликлиник, оснащение детских поликлиник, обучение специалистов в области перинатологии, неонатологии и педиатрии. Особо стоит отметить увеличение количества профилактических осмотров, проведение неонатального скрининга на врожденные заболевания. За все время реализации национального проекта «Здравоохранение» младенческая смертность снизилась до 4,2 промилле. Остановимся подробнее на динамике показателя младенческой смертности в России, поскольку он является одним из основных показателей, характеризующих качество системы здравоохранения. С 2000 г. младенческая смертность в России снизилась более, чем в 3 раза и является одной из самых низких в мире (рис. 1.2.5). На примере США и Канады мы видим, что в 2000 г. младенческая смертность в России больше, чем в 2 раза, по сравнению с США, и больше, чем в 3 раза, по сравнению с Канадой. С этого периода мы видим устойчивое снижение этого показателя в России (за исключением 2012 г., когда в России были расширены критерии учета детской смертности в соответствии с рекомендациями Всемирной организации здравоохранения. По мнению экспертов, текущий показатель младенческой смертности не предел, и есть, что совершенствовать и менять.

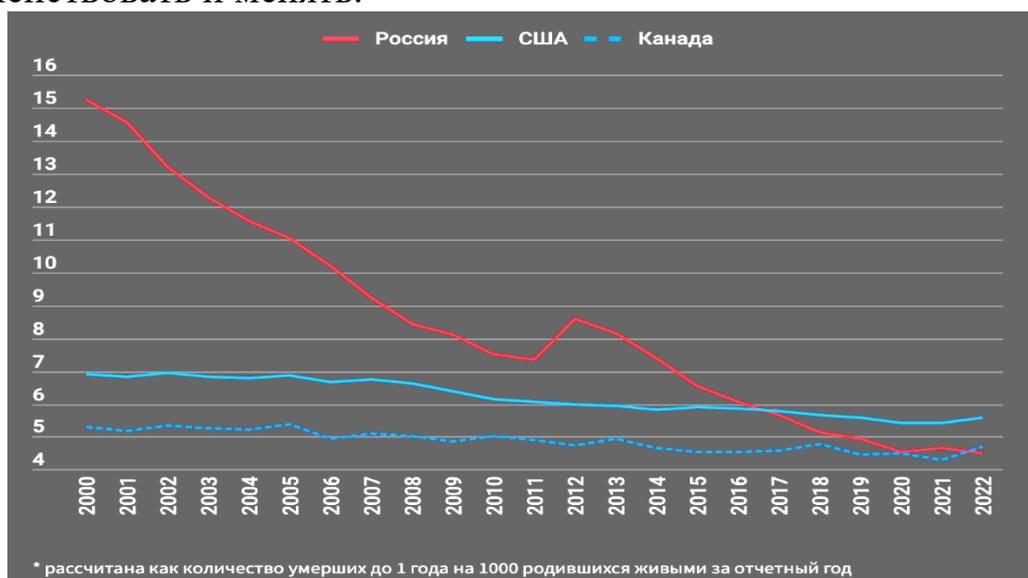


Рис. 1.2.5. Динамика младенческой смертности в России, США и Канаде<sup>67</sup>

<sup>67</sup> Младенческая смертность в России впервые ниже, чем в Канаде // Официальный сайт Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/society/502334-mladenceskaa-smertnost-v-rossii-vpervye-nize-cem-v-kanade> (дата обращения: 11.05.2024).

Федеральный проект «Обеспечение медицинских организаций системы здравоохранения квалифицированными кадрами» направлен на ликвидацию кадрового дефицита в медицинских организациях. Он способствует обучению, поиску и привлечению медицинских специалистов. На достижение целей федерального проекта направлены программы «Земский доктор» и «Земский фельдшер», в соответствии с которыми медкам предоставляется дополнительная финансовая поддержка, жилье и рабочий транспорт<sup>68</sup>.

В рамках федерального проекта «Развитие сети национальных медицинских исследовательских центров и внедрение инновационных медицинских технологий» создается сеть Национальных медицинских исследовательских центров (далее – НМИЦ), которые предоставляют методическую помощь врачам на местах. В России работает 37 НМИЦ, специалистами которых в течение 2023 г. было проведено 1337 выездных мероприятий в регионах, 205 тыс. телемедицинских консультаций и консилиумов<sup>69</sup>.

Благодаря внедрению информационных технологий и появлению раздела «Здоровье» на портале Госуслуг сократится время ожидания приема специалистов, упростится процедура записи к врачу и появится возможность получить электронный рецепт. На это направлена реализация федерального проекта «Создание единого цифрового контура в здравоохранении на основе единой государственной информационной системы в сфере здравоохранения». Благодаря нацпроекту «Здравоохранение» создается единый цифровой контур здравоохранения, внедряется цифровой медицинский профиль, который объединяет в себе информацию о состоянии здоровья и оказанных медицинских услугах. На сегодняшний день уже внедрились 45 млн цифровых профилей, и началось внедрение программ с искусственным интеллектом<sup>70</sup>.

В рамках федерального проекта «Развитие экспорта медицинских услуг» создан координирующий центр по вопросам экспорта медицинских услуг, который занимается информированием иностранных граждан о возможностях российской медицины и продвижением услуг отечественных клиник за рубежом. Объем экспорта медицинских услуг с начала реализации проекта составил более 300 млн долларов США, а лечение получили более 6 млн иностранных граждан. Основной поток пациентов наблюдается из стран Азии – Узбекистана, Таджикистана, Азербайджана, Киргизии, Казахстана, и стран Европы – Украины,

---

<sup>68</sup> Национальные проекты России. URL: <https://национальныепроекты.рф> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>69</sup> Там же.

<sup>70</sup> Там же.

Армении, Беларуси<sup>71</sup>.

С 2022 г. в рамках национального проекта «Здравоохранение» реализуется девятый федеральный проект «Модернизация первичного звена здравоохранения РФ», цель которого заключается в организации оказания медицинской помощи рядом с местом жительства, обучения или работы исходя из потребностей населения, проживающего на определенной территории. Для этого планируется строительство новых объектов и капитальный ремонт старых, чтобы обеспечить комфортные условия пребывания пациентов в медицинских организациях. Устаревшее оборудование планируется заменить, привлечь квалифицированные медицинские кадры в учреждения, оказывающие первичную медико-санитарную помощь. Все это позволит повысить качество оказания медицинской помощи. Всего к 2025 г. в первичном звене системы здравоохранения планируется построить и реконструировать 2475 медицинских объектов, отремонтировать 6439 зданий медицинских организаций, закупить 13355 автомобилей и приобрести и 66574 единиц нового оборудования<sup>72</sup>.

Исходя из данных, представленных на рис. 1.2.6, мы видим, что национальный проект «Здравоохранение» входит в топ-3 национальных проектов по объему затраченных бюджетных средств по итогам 2023 г.

Самыми финансируемыми федеральными проектами национального проекта «Здравоохранение» в 2024 г. стали проект «Борьба с онкологическими заболеваниями» (157,3 млрд руб.) и «Модернизация первичного звена здравоохранения» (92,4 млрд руб.)<sup>73</sup>.

Таким образом, принимаемые в рамках реализации национального проекта «Здравоохранение» меры способствуют улучшению здоровья граждан, совершенствованию российского здравоохранения.

В соответствии со Стратегией национальной безопасности Российской Федерации целями государственной политики в сфере сбережения народа России и развития человеческого потенциала являются устойчивый естественный рост численности и повышение качества жизни населения, укрепление здоровья граждан<sup>74</sup>.

Национальная цель «Сохранение населения, здоровье и благополучие людей» декомпозирована на мероприятия и показатели, характеризующие ее достижение, в Едином плане по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 г.

<sup>71</sup> Национальные проекты России. URL: <https://национальныепроекты.рф> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>72</sup> Там же.

<sup>73</sup> Минфин зафиксировал рекордное исполнение нацпроектов в прошлом году. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2024/01/18/1015571-minfin-zafiksiroval-rekordnoe-ispolnenie-natsproektov-v-proshlom-godu> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>74</sup> Указ Президента Российской Федерации «О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации» от 2 июля 2021 г. № 400 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2021. 5 июля. № 27 (ч. II). Ст. 5351.

и на плановый период до 2030 г., утвержденном распоряжением Правительства Российской Федерации от 01.10.2021 г. № 2765-р<sup>75</sup>.

Исполнение федерального бюджета по реализации национальных проектов по состоянию на 01.01.2024, млрд руб.

национальный проект	кассовое исполнение	% исполнения
демография	808,2	99,9
безопасные качественные дороги	526,7	100
здравоохранение	312,5	97,9
образование	231,1	99
комплексный план модернизации и расширения магистральной инфраструктуры (транспортная часть)	213,4	99,6
жилье и городская среда	175,7	99,8
наука и университеты	144	100
международная кооперация и экспорт	139	99,9
цифровая экономика РФ	132,3	95,8
экология	122,3	99,9
малое и среднее предпринимательство и поддержка индивидуальной предпринимательской инициативы	66,5	92,9
туризм и индустрия гостеприимства	53,7	97,4
культура	53,5	99,4
производительность труда	5	99,7

ИСТОЧНИК: МИНФИН РФ

Рис. 1.2.6. Исполнение федерального бюджета по реализации национальных проектов<sup>76</sup>

Исходя из приоритетов развития здравоохранения, представленных в Национальном проекте «Здравоохранение», в государственной программе «Развитие здравоохранения», утвержденной Постановлением Правительства РФ от 26.12.2017 г. № 1640, определены следующие цели:

- снижение смертности населения от всех причин до 11,5 случая на 1000 населения к 2030 г.;
- повышение ожидаемой продолжительности жизни до 78 лет к 2030 г.;
- повышение удовлетворенности населения медицинской помощью, процентов<sup>77</sup>.

Следует отметить, что национальные цели и государственные программы связаны между собой. Так, реализуемые в рамках Программы мероприятия оказывают влияние на достижение:

- национальной цели «Достойный, эффективный труд и успешное предпринимательство», показателями которой являются «Обеспечение темпа роста валового внутреннего продукта страны выше среднемирового при сохранении макроэкономической стабильности», «Реальный рост экспорта несырьевых неэнергетических товаров не

<sup>75</sup> Распоряжение Правительства РФ «Об утверждении Единого плана по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года» от 01.10.2021 г. № 2765-р // Официальный интернет-портал правовой информации URL: <http://pravo.gov.ru> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>76</sup> Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: <https://minfin.gov.ru>

<sup>77</sup> Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие здравоохранения"» от 26.12.2017 г. № 1640 (в ред. от 01.04.2024 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018. 1 января. № 1 (ч. II). Ст. 373.

менее 70% по сравнению с показателем 2020 года»;

- национальной цели «Цифровая трансформация» с целевым показателем «Достижение «цифровой зрелости» ключевых отраслей экономики и социальной сферы, в том числе здравоохранения и образования, а также государственного управления»<sup>78</sup>.

Мероприятия для решения задач Программы будут реализовываться в рамках следующих направлений (подпрограмм):

- совершенствование оказания медицинской помощи, включая профилактику заболеваний и формирование здорового образа жизни;
- развитие и внедрение инновационных методов диагностики, профилактики и лечения, а также основ персонализированной медицины;
- развитие медицинской реабилитации и санаторно-курортного лечения, в том числе детей;
- развитие кадровых ресурсов в здравоохранении;
- развитие международных отношений в сфере охраны здоровья;
- экспертиза и контрольно-надзорные функции в сфере охраны здоровья;
- медико-санитарное обеспечение отдельных категорий граждан;
- информационные технологии и управление развитием отрасли<sup>79</sup>.

В структуру Программы включены, в частности, мероприятия по совершенствованию первичной медико-санитарной помощи, специализированной, в том числе высокотехнологичной, медицинской помощи, оптимизации лекарственного обеспечения граждан Российской Федерации, формированию здорового образа жизни и профилактике заболеваний, осуществлению контрольно-надзорных функций в сфере охраны здоровья, развитию информационных технологий в здравоохранении и другие.

Решение указанных задач будет способствовать достижению национальных целей развития Российской Федерации к 2030 году.

Стратегия развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 г., утвержденная Указом Президента от 06.06.2019 г. № 254, является документом стратегического планирования, разработанным для обеспечения национальной безопасности РФ в сфере охраны здоровья граждан<sup>80</sup>.

В Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации

---

<sup>78</sup> Постановление Правительства РФ «Об утверждении государственной программы Российской Федерации "Развитие здравоохранения"» от 26.12.2017 г. № 1640 (в ред. от 01.04.2024 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018. 1 января. № 1 (ч. II). Ст. 373.

<sup>79</sup> Там же.

<sup>80</sup> Указ Президента РФ «О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года» от 06.06.2019 г. № 254 (в ред. от 27.03.2023 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. 10 июня. № 23. Ст. 2927.

на период до 2025 г. определены приоритетные направления по решению основных задач развития системы здравоохранения, предусматривающие в том числе:

- строительство и реконструкцию объектов здравоохранения;
- оснащение медицинских организаций современным лабораторным оборудованием;
- обеспечение оптимальной доступности для граждан (включая граждан, проживающих в труднодоступных местностях) первичной медико-санитарной помощи, совершенствование санитарно-авиационной эвакуации;
- дальнейшее развитие высокотехнологичной медицинской помощи<sup>81</sup>.

В рамках утвержденной Министерством здравоохранения Российской Федерации Стратегии лекарственного обеспечения населения на период до 2025 года<sup>82</sup> будет продолжена реализация мероприятий, направленных на повышение удовлетворенности населения доступностью лекарственного обеспечения.

Таким образом, принимаемые меры способствуют улучшению здоровья россиян, увеличению продолжительности их жизни, совершенствованию отечественного здравоохранения.

Также рассмотрим результаты опроса ВЦИОМ об отношении россиян к реализации национальных проектов<sup>83</sup>. Согласно результатам опроса, за последние три года выросли средний уровень знания о нацпроектах и заметность вклада государства в реализацию отдельных направлений по ним. Другими словами, за непродолжительный период времени национальные проекты стали ближе и понятнее большинству россиян, о чем также свидетельствует общественный запрос на продолжение их реализации.

Национальный проект «Здравоохранение» входит в топ-5 самых узнаваемых национальных проектов. Его назвали 73% опрошенных россиян. Также проект «Здравоохранение» является наиболее полезным для российского общества – так считает 31% опрошенных. Пользу от реализации нацпроекта «Здравоохранение» чаще видит молодежь 18–34 лет (45–37%), россияне с хорошим материальным положением (38%), не имеющие детей (36%), а также проживающие в

---

<sup>81</sup> Указ Президента РФ «О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года» от 06.06.2019 г. № 254 (в ред. от 27.03.2023 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. 10 июня. № 23. Ст. 2927.

<sup>82</sup> Приказ Минздрава России «Об утверждении Стратегии лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года и плана ее реализации» от 13.02.2013 г. № 66 (в ред. от 13.07.2021 г.). Документ опубликован не был.

<sup>83</sup> Национальные проекты – 2023: итоги и ожидания // Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nacionalnye-proekty-2023-itogi-i-ozhidaniya> (дата обращения: 11.05.2024).

Центральном федеральном округе (36%)<sup>84</sup>.

В 2022 г. Министерство здравоохранения России и ФГАНУ «Центр информационных технологий систем органов исполнительной власти им. А.В. Старовойтова» (далее – ФГАНУ «ЦИТиС») опубликовали интегрированный рейтинг регионов России по исполнению нацпроекта «Здравоохранение». В рамках рейтинга оценивался уровень достижения показателей и результатов федеральных проектов в составе национального проекта «Здравоохранение» субъектам РФ. Рейтинг регионов представлен на рис. 1.2.7.

Лидерами рейтинга стали Тюменская область, Ленинградская область, Республика Башкортостан, Самарская область, Чеченская республика. Замыкают рейтинг следующие субъекты РФ: Кемеровская область, Магаданская область, Тверская область, Кабардино-Балкарская Республика, Еврейская автономная область.

Ленинградская область является одним из субъектов-лидеров по реализации национального проекта «Здравоохранение». Рассмотрим итоги реализации национального проекта на территории Ленинградской области и основные направления государственной политики Ленинградской области в сфере здравоохранения.

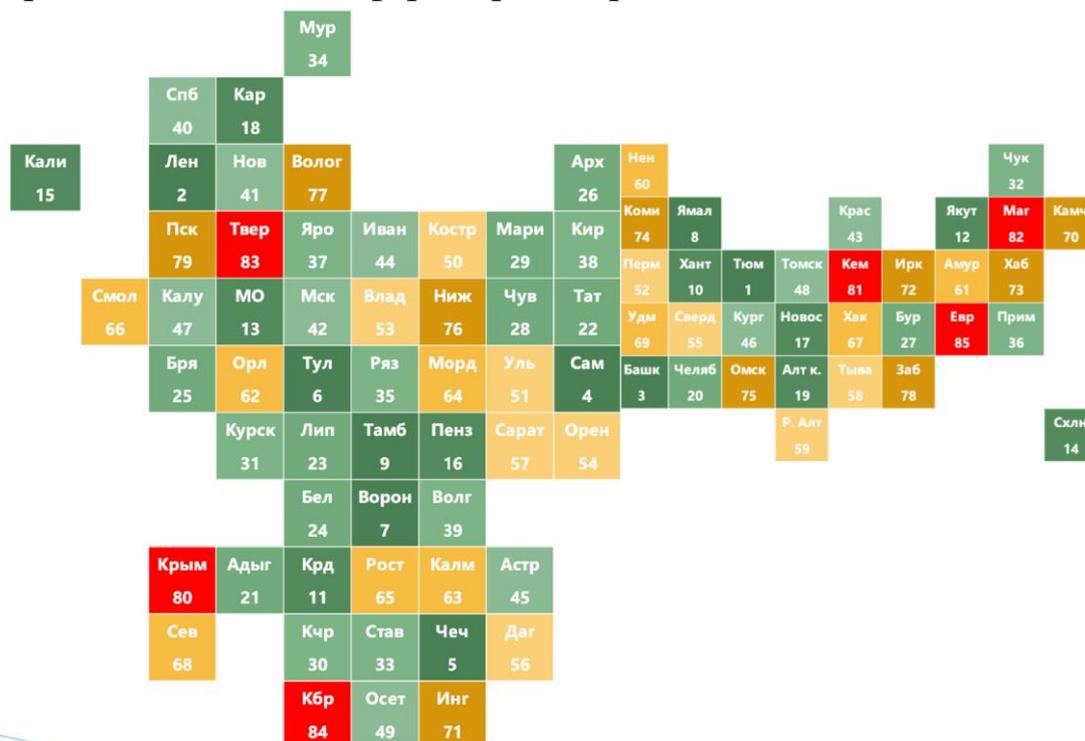


Рис. 1.2.7. Интегрированный рейтинг исполнения нацпроекта «Здравоохранение» Минздрава России и ФГАНУ «ЦИТиС» в 2021 г.<sup>85</sup>

<sup>84</sup> Национальные проекты – 2023: итоги и ожидания // Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nacionalnye-proekty-2023-itogi-i-ozhidaniya> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>85</sup> Об итогах реализации национального проекта «Здравоохранение» и федеральных проектов, входящих в его состав по итогам 2021 г. URL: [https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет\\_итоги\\_2021\\_года.pdf?1655456575](https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет_итоги_2021_года.pdf?1655456575) (дата обращения: 11.05.2024).

На рис. 1.2.8 представлены итоги реализации федерального проекта «Первичная медико-санитарная помощь» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области.

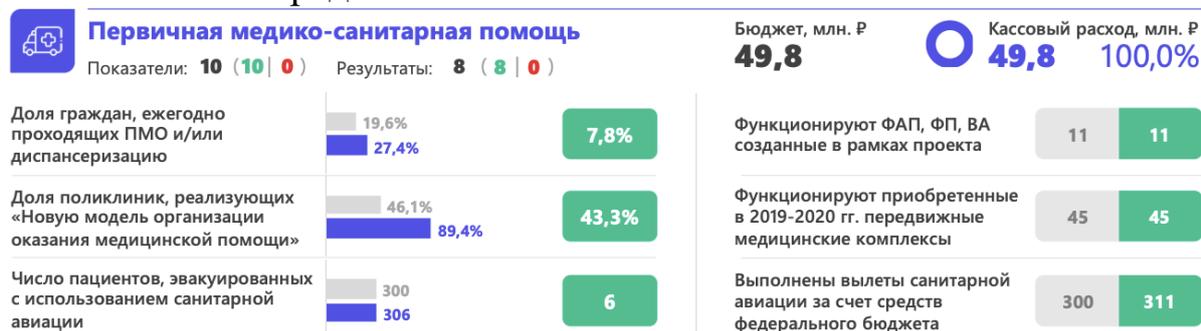


Рис. 1.2.8. Итоги реализации федерального проекта «Первичная медико-санитарная помощь» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>86</sup>

Как мы видим, все целевые показатели достигнуты, почти все из них перевыполнены. На рис. 1.2.9 представлены результаты федерального проекта «Сердечно-сосудистые заболевания».

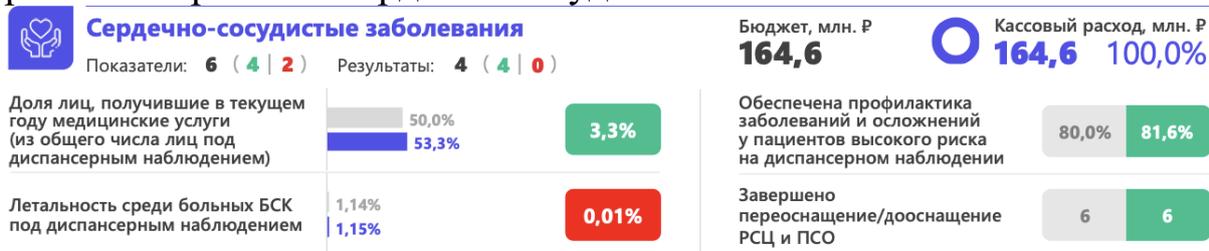


Рис. 1.2.9. Итоги реализации федерального проекта «Сердечно-сосудистые заболевания» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>87</sup>

В Ленинградской области целевой показатель «Летальность среди больных болезнями системы кровообращения под диспансерным наблюдением» оказался не достигнутым. На рис. 1.2.10 представлены результаты федерального проекта «Онкологические заболевания» в Ленинградской области.

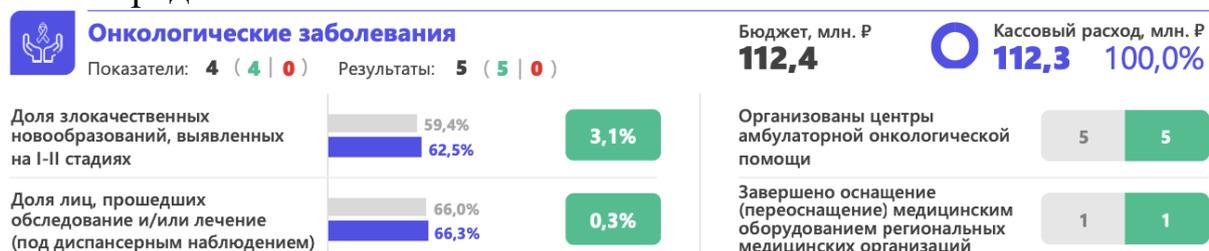


Рис. 1.2.10. Итоги реализации федерального проекта «Онкологические заболевания» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>88</sup>

<sup>86</sup> Об итогах реализации национального проекта «Здравоохранение» и федеральных проектов, входящих в его состав по итогам 2021 г. URL: [https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет\\_итоги\\_2021\\_года.pdf?1655456575](https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет_итоги_2021_года.pdf?1655456575) (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>87</sup> Там же

<sup>88</sup> Там же.

Как видим, все запланированные мероприятия были завершены, а целевые показатели – достигнуты.

На рис. 1.2.11 представлены итоги реализации федерального проекта «Детское здравоохранение» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области.

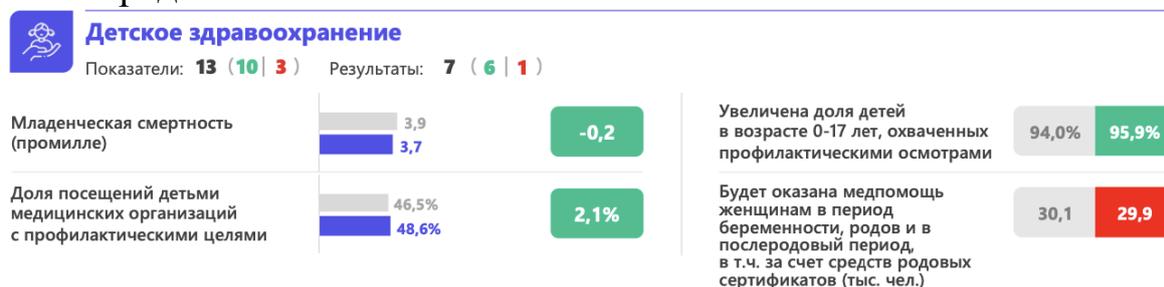


Рис. 1.2.11. Итоги реализации федерального проекта «Детское здравоохранение» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>89</sup>

Не достигнуты значения показатели оказания медицинской помощи женщинам в период беременности, родов и в послеродовой период. Следует отметить и положительные результаты: младенческая смертность в Ленинградской области ниже, чем среднее значение по РФ в целом и почти 96% детей в возрасте 0-17 лет охвачены профилактическими осмотрами.

На рис. 1.2.12 представлены результаты реализации проекта «Медицинские кадры» в Ленинградской области.

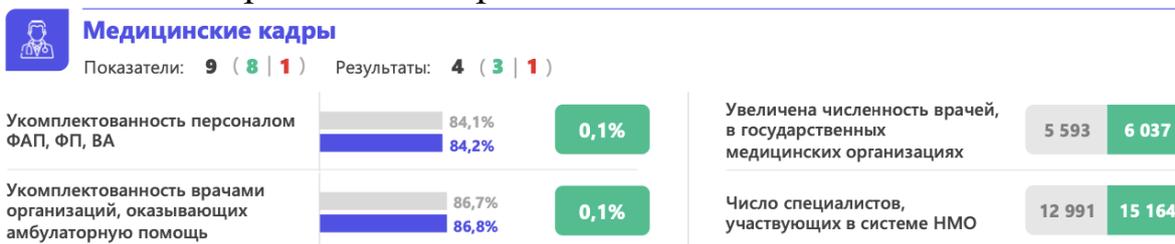


Рис. 1.2.12. Итоги реализации федерального проекта «Медицинские кадры» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>90</sup>

Все запланированные мероприятия были реализованы, а целевые показатели достигнуты.

На рис. 1.2.13 представлены итоги реализации «Цифровой контур здравоохранения».

Все показатели федерального проекта были выполнены и перевыполнены, а запланированные мероприятия были выполнены: 9473 рабочих мест оснащены автоматизированными рабочими местами медицинских работников и 56,8% граждан обеспечены доступом к элек-

<sup>89</sup> Об итогах реализации национального проекта «Здравоохранение» и федеральных проектов, входящих в его состав по итогам 2021 г. URL: [https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет\\_итоги\\_2021\\_года.pdf?1655456575](https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет_итоги_2021_года.pdf?1655456575) (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>90</sup> Там же.

тронным медицинским документам на сервисе «Мое здоровье».

На рис. 1.2.14 представлены итоги реализации федерального проекта «Экспорт медицинских услуг» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области.

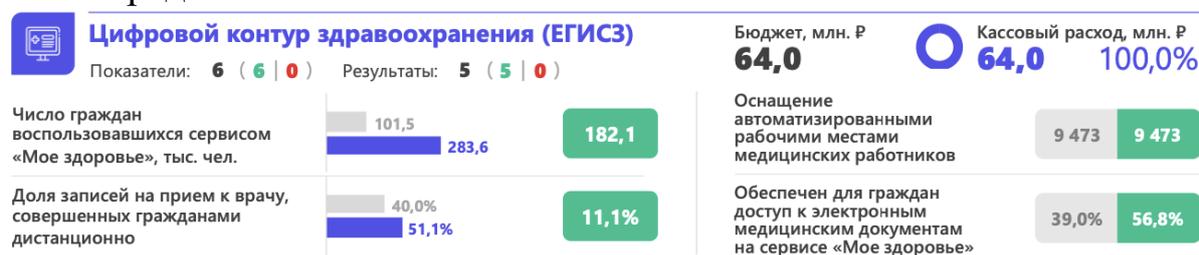


Рис. 1.2.13. Итоги реализации федерального проекта «Цифровой контур здравоохранения» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>91</sup>

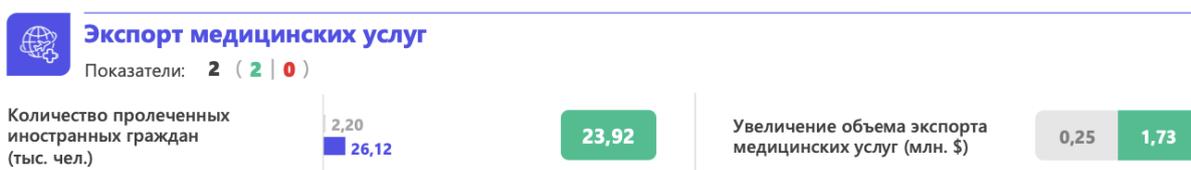


Рис. 1.2.14. Итоги реализации федерального проекта «Экспорт медицинских услуг» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>92</sup>

Все запланированные мероприятия федерального проекта «Экспорт медицинских услуг» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области были выполнены.

На рис. 1.2.15 представлены итоги реализации федерального проекта «Программа модернизации первичного звена» в Ленинградской области.

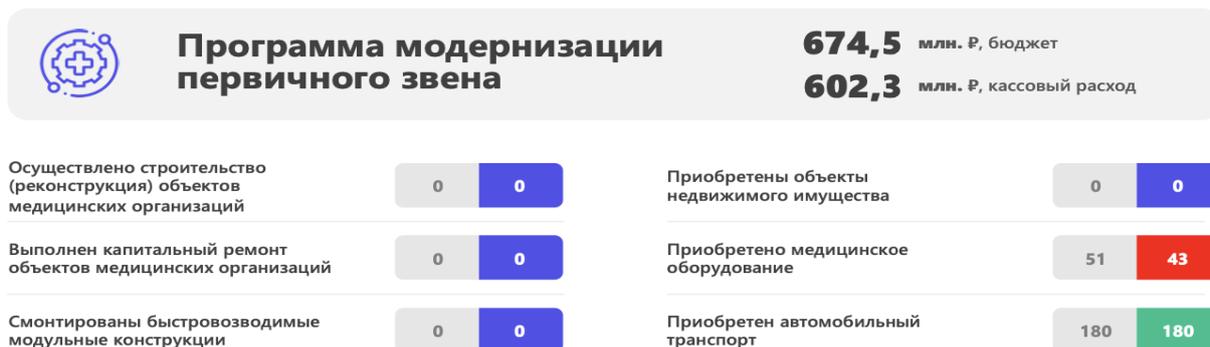


Рис. 1.2.15. Итоги реализации федерального проекта «Программа модернизации первичного звена» нацпроекта «Здравоохранение» в Ленинградской области<sup>93</sup>

Не все средства, выделенные на программу, были освоены, и не все запланированные мероприятия были реализованы.

Основные направления развития системы здравоохранения Ленин-

<sup>91</sup> Об итогах реализации национального проекта «Здравоохранение» и федеральных проектов, входящих в его состав по итогам 2021 г. URL: [https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет\\_итоги\\_2021\\_года.pdf?1655456575](https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет_итоги_2021_года.pdf?1655456575) (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>92</sup> Там же.

<sup>93</sup> Там же.

градской области представлены в государственной программе «Развитие здравоохранения в Ленинградской области», утвержденной Постановлением Правительством Ленинградской области от 14.11.2013 г. № 405<sup>94</sup>.

Целью государственной программы является сокращение смертности, в том числе в трудоспособном возрасте, от болезней системы кровообращения и новообразований путем приоритетного развития первичной медико-санитарной помощи, профилактики заболеваний, функционирования трехуровневой системы здравоохранения и внедрения передовых инновационных и управленческих технологий в медицинских организациях региона.

Результаты реализации государственной программы:

- 1) обеспечена доступность медицинской помощи;
- 2) увеличена обеспеченность населения врачами;
- 3) все медицинские организации реализовали проекты по предоставлению качественной медицинской помощи<sup>95</sup>.

В рамках реализации государственной программы выделены следующие подпрограммы: «Совершенствование системы здравоохранения Ленинградской области»; «Обеспечение оказания медицинской помощи гражданам»<sup>96</sup>.

Финансовое обеспечение государственной программы – 287727329,5 тыс. рублей. Динамика обеспечения по годам реализации представлена на рис. 1.2.16.

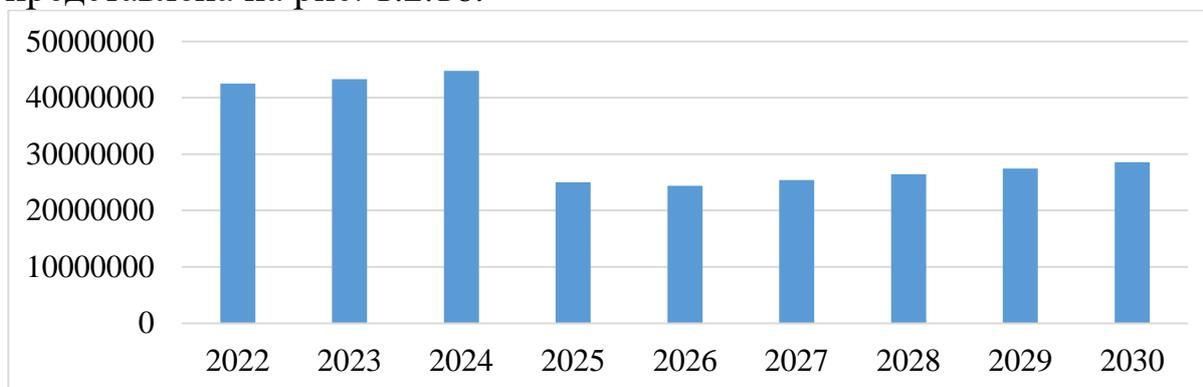


Рис. 1.2.16. Финансовое обеспечение государственной программы «Развитие здравоохранения в Ленинградской области»<sup>97</sup>

На сайте «Мониторинг Ленинградской области» ежегодно подводят итоги реализации государственных программ в Ленинградской

<sup>94</sup> Постановление Правительства Ленинградской области «Об утверждении государственной программы Ленинградской области "Развитие здравоохранения в Ленинградской области"» от 14.11.2013 г. № 405 (в ред. от 30.12.2022 г.) // Официальный сайт Администрации Ленинградской области. URL: [http://www.lenobl.ru/authorities/npa\\_s](http://www.lenobl.ru/authorities/npa_s) (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>95</sup> Там же.

<sup>96</sup> Там же.

<sup>97</sup> Составлен автором на основе Государственной программы «Развитие здравоохранения в Ленинградской области».

области. По итогам 2023 г. 7 из 18 признаны высокоэффективными<sup>98</sup>. Как мы видим из рис. 1.2.17, государственная программа «Развитие здравоохранения в Ленинградской области» реализована со средним уровнем эффективности.

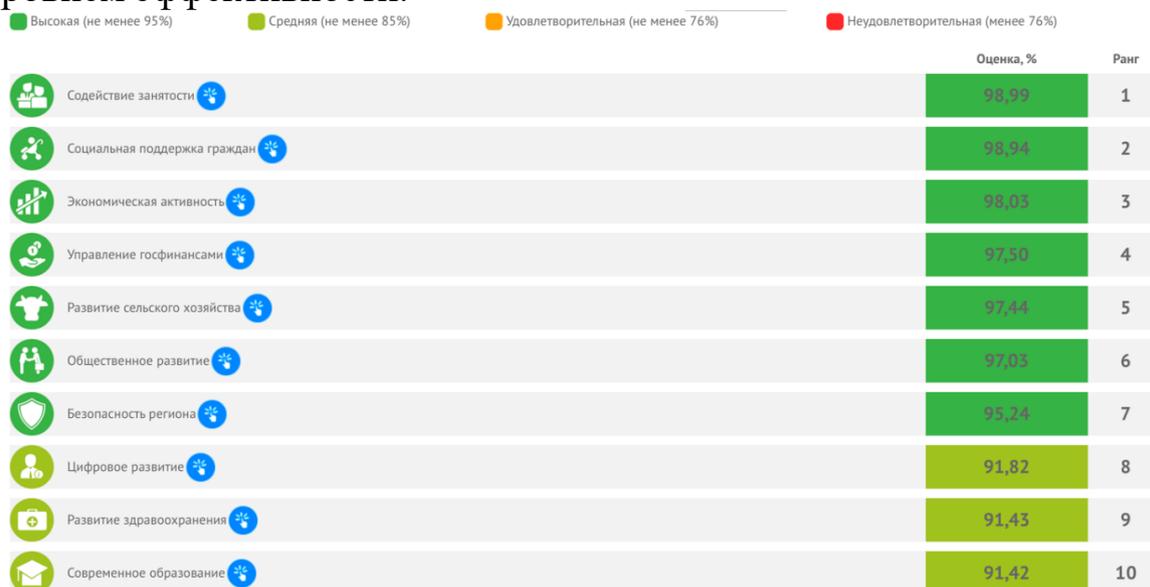


Рис. 1.2.17. Топ-10 государственных программ Ленинградской области по эффективности реализации<sup>99</sup>

В рамках реализации национального проекта «Здравоохранение» в Ленинградской области реализуются следующие региональные проекты:

1. *Региональный проект Ленинградской области «Развитие экспорта медицинских услуг».*

2. *Региональный проект «Модернизация первичного звена здравоохранения».* Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи – ключевой проект нацпроекта «Здравоохранение». С 2022 г. в его рамках реализуется федеральный проект «Модернизация первичного звена здравоохранения Российской Федерации», цель которого – организация оказания медицинской помощи рядом с местом жительства, обучения или работы исходя из потребностей всех групп населения<sup>100</sup>.

Для этого в регионах создают новые объекты, оказывающие первичную медико-санитарную помощь, и привлекают на них квалифицированные кадры. На старых объектах проводят капитальный ремонт, чтобы обеспечить комфортные условия пребывания пациентов в медицинских организациях. Устаревшее оборудование заменяют, что-

<sup>98</sup> Оценка эффективности реализации государственных программ. URL: [http://monitoring.lenreg.ru/gosprogramsregion/estimate/?j=&territory=41000000&LenObl\\_Service\\_OPER\\_paramPeriod=2019-01-01T00:00:00.000Z&viewCode=LenObl\\_GP\\_Reg\\_002\\_004\\_report](http://monitoring.lenreg.ru/gosprogramsregion/estimate/?j=&territory=41000000&LenObl_Service_OPER_paramPeriod=2019-01-01T00:00:00.000Z&viewCode=LenObl_GP_Reg_002_004_report) (дата обращения: 02.05.2024).

<sup>99</sup> Там же.

<sup>100</sup> Официальный сайт Комитета по здравоохранению Ленинградской области. URL: <http://https://health.lenobl.ru> (дата обращения: 13.05.2024).

бы повысить доступность и качество оказания медицинской помощи.

В рамках регионального проекта поставлено 30 единиц автомобильного транспорта, введено в эксплуатацию 26 единиц оборудования, осуществляется строительство трех объектов строительства – «Строительство объекта: Поликлиника на 600 посещений в смену в г.п. Новоселье Ломоносовского района, в том числе проектирование», «Строительство поликлиники на 600 посещений в смену в районе Западного Мурино Всеволожского района, в том числе проектирование» (открытие в 2024 г.), «Проектирование и строительство объекта: Поликлиника на 600 посещений в смену на территории ГБУЗ ЛО «Кировская межрайонная больница» (открытие в 2025 г.)<sup>101</sup>.

3. *Региональный проект «Обеспечение медицинских организаций системы здравоохранения квалифицированными кадрами».* Региональный проект является междисциплинарным, направлен на преодоление кадрового дефицита и кадровое обеспечение всех реализуемых региональных проектов. Целевыми индикаторами предусмотрено повышение обеспеченности врачами, усиление роли дистанционных технологий обучения, доли врачей, прошедших процедуру аккредитации<sup>102</sup>.

Этот проект является важным, поскольку в Ленинградской области наблюдается острый дефицит медицинских кадров.

В Ленинградской области наблюдается снижение обеспеченности врачебными кадрами (рис. 1.2.18). Максимальное значение (38 на 10 тыс. человек) наблюдалось в 2018 и в 2021 гг., которое в течение одного года снизилось до 36. При этом сильно снизилась обеспеченность средним медицинским персоналом – до 67 на 10 тыс. чел.<sup>103</sup>.

Обеспеченность врачами и средним медицинским персоналом в Ленинградской области ниже, чем в среднем по России и Северо-Западному федеральному округу (табл. 1.2.1).

Ленинградская область на протяжении нескольких лет занимает последние места по обеспеченности врачами и средним медицинским персоналом.

Несмотря на все предпринимаемые усилия со стороны органов государственной власти Ленинградской области, в том числе и реализацию программ «Земский доктор» и «Земский фельдшер», которые позволяют молодым врачам при переезде в сельскую местность получить до 1,5 млн рублей, дефицит кадров в системе здравоохранения сохраняется.

---

<sup>101</sup> Официальный сайт Комитета по здравоохранению Ленинградской области. URL: <http://https://health.lenobl.ru> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>102</sup> Там же.

<sup>103</sup> Там же.



Рис. 1.2.18. Обеспеченность населения врачами и средним медицинским персоналом (на 10 тыс. чел.), чел.<sup>104</sup>

Таблица 1.2.1

**Обеспеченность медицинскими кадрами в РФ<sup>105</sup>**

	Врачи			Средний медицинский персонал		
	2020	2021	2022	2020	2021	2022
Российская Федерация	38,0	37,7	37,2	81,6	80,1	77,7
Центральный ФО	38,7	38,7	37,9	75,2	73,8	71,4
Северо-Западный ФО	44,3	44,2	43,9	82	80,6	78,8
Южный ФО	34,3	33,9	33,1	74,6	72,3	68,9
Северо-Кавказский ФО	35,8	35,6	35,7	81,4	81,0	79,9
Приволжский ФО	36,5	36,1	34,9	85,7	84,1	81,9
Уральский ФО	34,7	34,4	34,2	88,8	87,0	84,6
Сибирский ФО	37,8	37,3	36,6	86,7	84,8	82,1
Дальневосточный ФО	40,1	39,6	38,9	84,2	83,0	80,7

4. *Региональный проект «Борьба с сердечно-сосудистыми заболеваниями».* Региональный проект Ленинградской области направлен на развитие ранней медицинской реабилитации при инсультах и повышении охвата пациентов с острым инфарктом методом коронарной ангиопластики и стентирования (восстановление проходимости сосудов сердца)<sup>106</sup>.

5. *Региональный проект «Борьба с онкологическими заболеваниями».* Целью Регионального проекта Ленинградской области является снижение смертности от злокачественных новообразований к 2024 г. до 223 на 100 тысяч населения. В ходе реализации регионального проекта будут организованы 5 ЦАОПов (Центр амбулаторной онкологической помощи) в г. Тихвине, г. Кингисеппе, г. Всеволожске,

<sup>104</sup> Ленинградская область в 2022 году. СПб.: Петростат, 2023. 256 с. URL: <https://78.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/11000223.pdf> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>105</sup> Государственные медорганизации в России потеряли за прошлый год 8,7 тыс. врачей. URL: <https://medvestnik.ru/content/news/Gosudarstvennye-medorganizacii-v-Rossii-poteryali-za-proshlyi-god-9-7-tys-vrachei.html#:~:text=Обеспеченность%20медицинскими%20кадрами&text=Средний%20показатель%20обеспеченности%20врачами%20в,населения> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>106</sup> Официальный сайт Комитета по здравоохранению Ленинградской области. URL: <http://https://health.lenobl.ru> (дата обращения: 11.05.2024).

г. Выборге, г. Гатчине. В составе ЦАОПов будет проводиться химиотерапевтическое лечение в условиях дневного стационара за счет средств ОМС, дополнительно выделяемых в рамках проекта. Также будет произведено переоснащение ГБУЗ «Ленинградский областной клинический онкологический диспансер» современным медицинским оборудованием<sup>107</sup>.

6. *Региональный проект «Развитие системы оказания первичной медико-санитарной помощи в Ленинградской области»* направлен на повышение доступности и качества первичной медико-санитарной помощи всем гражданам Ленинградской области, в том числе в малонаселенных и труднодоступных районах Ленинградской области<sup>108</sup>.

7. *Региональный проект «Формирование системы мотивации граждан к здоровому образу жизни, включая здоровое питание и отказ от вредных привычек».* Предусматриваемые региональным проектом мероприятия носят комплексный характер и включают разработку мер по дальнейшему ограничению потребления алкоголя, защите от табачного дыма, ликвидации микронутриентной недостаточности, сокращению потребления соли и сахара, мониторингу за состоянием питания различных групп населения с применением научных исследований<sup>109</sup>.

8. *Региональный проект «Развитие детского здравоохранения, включая создание современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям».* Проект создан на основе паспорта федерального проекта «Развитие детского здравоохранения, включая мероприятия по созданию современной инфраструктуры оказания медицинской помощи детям». Проект направлен на достижение целевого показателя – снижение младенческой смертности в Ленинградской области до 3,5 на 1000 родившихся живыми, развитие профилактического направления в педиатрии и родовспоможении, внедрение современных профилактических и реабилитационных технологий, улучшение материально-технической базы детских поликлиник и детских поликлинических отделений медицинских организаций путем оснащения новым медицинским оборудованием, обеспечение учреждений родовспоможения медицинским оборудованием за счет родовых сертификатов, повышение квалификации кадров, совершенствование ранней диагностики заболеваний органов репродуктивной сферы у детей<sup>110</sup>.

Таким образом, основной задачей органов регионального управле-

---

<sup>107</sup> Официальный сайт Комитета по здравоохранению Ленинградской области. URL: <http://health.lenobl.ru> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>108</sup> Там же.

<sup>109</sup> Там же.

<sup>110</sup> Там же.

ния сферой здравоохранения является сохранение здоровья населения Ленинградской области на основе приоритетного развития первичной медико-санитарной помощи, профилактики заболеваний, создание трехуровневой системы здравоохранения и внедрения передовых инновационных и управленческих технологий в медицинских организациях региона.

Основные направления государственной политики в сфере здравоохранения представлены в документах федерального уровня. Прежде всего, это национальные цели и национальные проекты, а также федеральные проекты, реализуемые в рамках национальных проектов. Кроме того, государственная программа «Развитие здравоохранения в РФ» также определяет основные цели и задачи развития здравоохранения на территории РФ.

В Ленинградской области основные направления развития системы здравоохранения представлены региональными документами, которые составлены в соответствии с документами федерального уровня с учетом особенностей развития сферы здравоохранения в Ленинградской области.

Однако несмотря на предпринимаемые меры, в системе здравоохранения России до сих пор остается большое количество проблем. Самая сложная и комплексная проблема – проблема финансирования. На рис. 1.2.19 приведем основные результаты функционирования национальных систем здравоохранения по некоторым странам мира.

Индикаторы уровня развития медицины, безопасности здоровья населения и общей эффективности всей системы здравоохранения в России намного ниже многих стран, что указывает на наличие нерешенных проблем. Одной из основных причин сложившейся ситуации многие ученые видят в недостаточности объемов финансирования медицинской сферы. Нехватка финансов приводит к низкой оплате труда медицинских работников, что влечет за собой дефицит кадров. В России наблюдается дифференциация обеспеченности медицинскими кадрами в регионах (табл. 1.2.1).

По данным опроса фонда «Общественное мнение», 41% россиян считает, что большинство современных врачей в РФ имеют низкий уровень квалификации (рис. 1.2.20).

То, что квалификация высокая, думают 34% опрошенных, что говорит о недостаточном уровне квалификации врачей и среднего медицинского персонала, по мнению населения.

В связи с этим органам публичного управления следует обратить внимание на вопросы повышения престижности профессии медицинского работника.

Таким образом, сложившаяся система здравоохранения решает

определенные задачи по охране здоровья населения, но требует совершенствования для того, чтобы обеспечить полную реализацию целей и задач, представленных в документах, определяющих основные направления государственной политики устойчивого развития сферы здравоохранения.

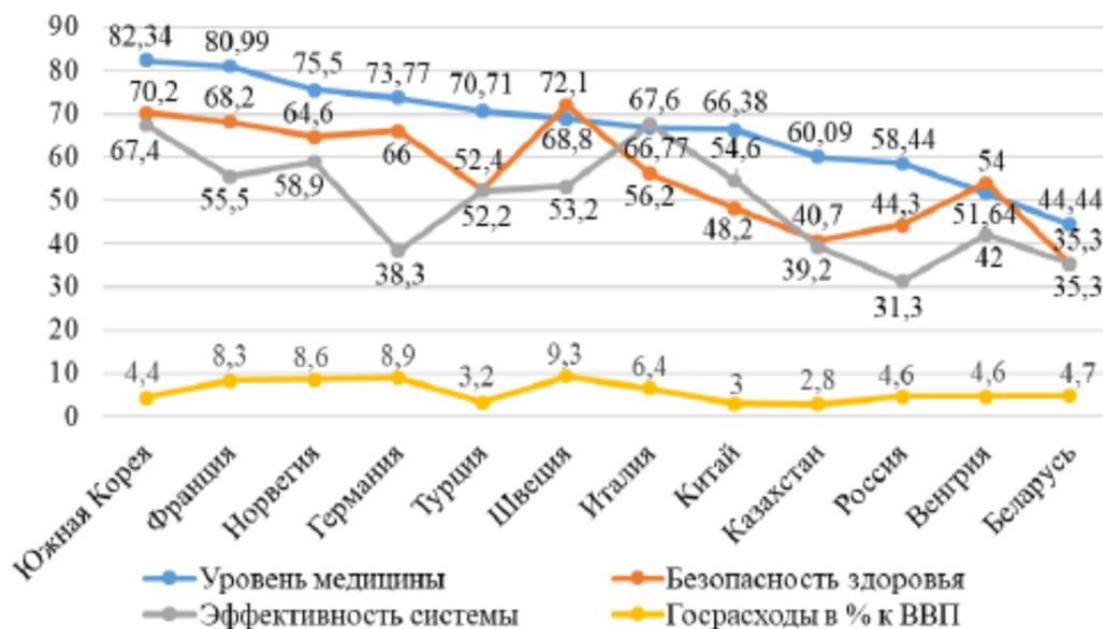


Рис. 1.2.19. Обеспеченность населения врачами и средним медицинским персоналом (на 10 тыс. чел.), чел.<sup>111</sup>

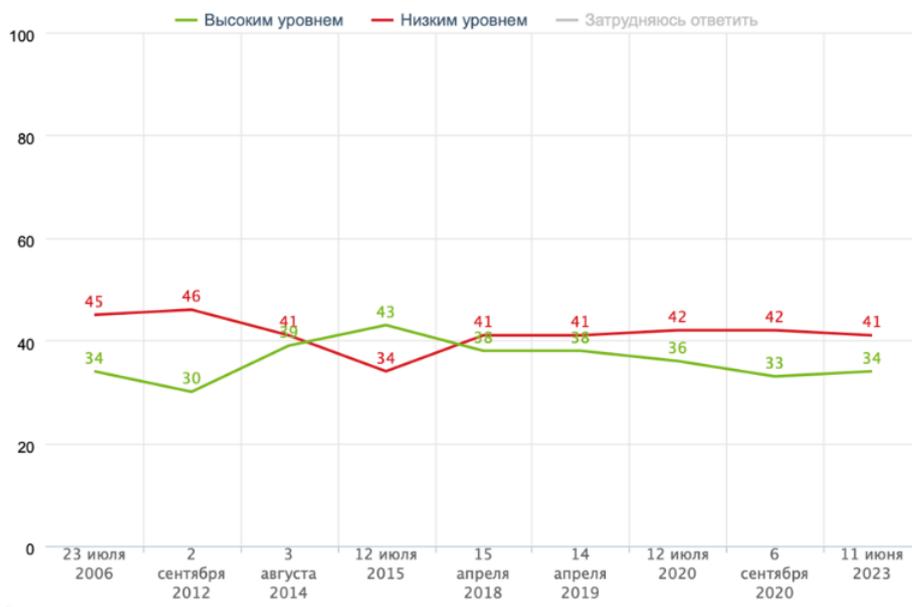


Рис. 1.2.20. Ответы на вопрос «Как вам кажется, большинство современных российских врачей обладают высоким или низким уровнем квалификации и профессиональных знаний?»<sup>112</sup>

<sup>111</sup> Герсонская И.В. Система здравоохранения в России: основные проблемы и возможные пути их решения // Вестник ЧелГУ. 2023. № 3 (473). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-zdravoohraneniya-v-rossii-osnovnye-problemy-i-vozmozhnye-puti-ih-resheniya> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>112</sup> Здравоохранение. О престиже профессии врача и доверии медикам. URL: <https://fom.ru/Zdorove-i-sport/14890> (дата обращения: 11.05.2024).

### 1.3 Экономическая безопасность сферы услуг региона и устойчивое развитие

Обеспечение экономической безопасности сферы услуг региона является необходимым условием для устойчивого развития всех субъектов хозяйствования, формирующих ее организационную структуру. В большинстве регионов РФ сфера услуг обеспечивает большую часть занятости населения, от нее зависит качество среды жизнедеятельности человека, это основа развития экономики региона. Современные тенденции таковы, что в большинстве стран мира доля ВВП, которая формируется сферой услуг, составляет в среднем 65–70%. В РФ доля сферы услуг в ВВП на 2023 г. составляет 58%, при этом наблюдается постоянный рост (в 2022 г. этот показатель составлял 40,3%)<sup>113</sup>.

Понятие «экономическая безопасность» получило признание ещё в тридцатых годах прошлого века. В настоящее время в системе государственного управления экономикой это понятие должно получать современное наполнение в контексте экономической безопасности регионов, муниципальных образований РФ, региональных рынков, экономической безопасности отдельных отраслей и сфер экономики, а также в условиях необходимости формирования предпосылок устойчивого развития.

Создание эффективной системы обеспечения экономической безопасности с учетом современных тенденций и геополитических рисков на современном этапе развития РФ – важнейшая и сложнейшая задача, решение которой необходимо для сохранения целостности экономического суверенитета страны. Решение этой задачи напрямую связано с понятием безопасности как универсальной категории, которое является основой для взаимосвязи понятий «экономика–безопасность–государство–личность».

Все сферы жизнедеятельности человека можно оценить с помощью системы индикаторов, сигнализирующих о возможных угрозах или критических состояниях, которые необходимо учитывать при определении стратегических целей и задач, выдвигаемых государством по запросу общества, организаций и личности.

Значение обеспечения экономической безопасности усиливается из-за возрастания многовариантности развития мировых экономических процессов и способов достижения целей. Это, в свою очередь, приводит к возникновению новых рисков, вызовов и угроз. Невоз-

---

<sup>113</sup> Цветков В.А, Дудин М.Н. Сценарии развития глобальной экономики и основных центров экономического притяжения после окончания пандемии COVID-19 // Проблемы рыночной экономики. 2020. № 2. С. 6–22.

можно формировать систему планирования и прогнозирования государственными органами управления без оценки текущей ситуации, так сказать, отправной точки долгосрочного развития. Такой отправной точкой в системе экономической безопасности выступают индикаторы социально-экономического развития страны. Они же являются критерием оценки реформ, проводимых в государстве.

Противники использования понятия «экономическая безопасность», считают, что в рыночной экономике существует достаточное количество инструментов, которые обеспечивают экономическую безопасность на любом уровне. Эта точка зрения оправдана при условии безупречного функционирования такой системы: созданы идеальные условия для долгосрочного устойчивого экономического роста, происходит постоянное повышение уровня и качества жизни и пр. Но практика показывает, что не существует идеально функционирующих систем. И даже в странах с «развитой» рыночной системой хозяйствования случаются локальные и национальные кризисы. Классический пример – глобальные финансово-экономические кризисы 1998, 2008, 2014 гг., когда финансово-экономическая система даже устойчивых экономик развитых государств оказалась не способна противостоять угрозам и вызовам.

Понятие «экономическая безопасность» относительно недавно стало частью системы управления экономикой государства. При этом основные элементы управления экономической безопасностью довольно длительное время используются в управлении экономикой зарубежных государств. Однозначную интерпретацию этого понятия дать сложно, так как экономическая безопасность – это категория, которая стоит на стыке многих наук. Это понятие определяется во взаимосвязи с экономической независимостью и зависимостью, стабильностью экономики государства в целом и региона в частности, влиянием на них угроз и вызовов, наличие инструментов экономического давления и санкциями, экономическим суверенитетом государства и интеграцией регионов в стране, целями устойчивого развития.

С понятием «безопасность» тесно связано понятие «угроза» – «это совокупность определённых условий, факторов и событий, которые в совокупности создают прямо или косвенно возможность нанесения ущерба какому-либо объекту. Одновременно с понятием угрозы используется такое понятие, как «вызов» – это совокупность факторов, которые могут привести к угрозе экономической безопасности при наличии определённых условий во внутренней или внешней среде»<sup>114</sup>.

---

<sup>114</sup> Монахова И.В. Экономическая безопасность: учебник для студентов, обучающихся по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность. Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. 304 с.

Любая угроза, не только в экономической сфере, в любом случае либо создаёт препятствия для устойчивого развития, либо наносит объекту ущерб, либо создает опасность прекращения существования объекта.

Определение перечня угроз экономической безопасности «напрямую зависит от возможности определения уровня ущерба. При этом при определении угроз необходимо учитывать, что до разрушительных событий дойти не должно. Угрозы экономической безопасности, по сути, являются основным препятствием на пути стабильного экономического развития»<sup>115</sup>.

Конкретный экономический ущерб не всегда может быть связан с невозможностью определить реальные и потенциальные угрозы экономической безопасности, он может вызываться напрямую внутренними факторами, такими, как, например, неэффективное управление или нерациональное распределение ресурсов. Ущерб экономической системе может быть нанесен также внешними факторами, в том числе и стихийными, которые могут иметь частный характер.

Поэтому многие исследователи области экономической безопасности утверждают, что на практике лишь часть экономических угроз напрямую связаны с экономической безопасности субъекта.

Для регулярного и эффективного анализа текущего состояния системы социально-экономической безопасности используется система индикаторов. Индикаторы – «это качественные и количественные показатели развития экономической сферы. Показатели – это величины, критерии, уровни, которые позволяют судить о состоянии экономики»<sup>116</sup>.

Необходимость обеспечения экономической безопасности региона в целом и отдельных сфер его экономической системы в частности заключается в их тесной взаимосвязи с социально-экономической безопасностью страны, а также обусловлена следующими обстоятельствами.

Во-первых, особенностями федеративного устройства Российской Федерации. Большое количество субъектов – 89 равноправных субъектов; отсутствие права субъекта самостоятельно выйти из состава Российской Федерации; возможность изменение статуса субъекта Российской Федерации по согласованию с федеральными органами; неравноправие субъектов федерации и городов федерального значения в бюджетном отношении; географическая, ресурсная и природно-климатическая асимметричность субъектов федерации.

---

<sup>115</sup> Монахова И.В. Экономическая безопасность: учебник для студентов, обучающихся по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность. Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. 304 с.

<sup>116</sup> Chebotarev S. Regional Aspects of Monitoring in Managing the Development of National Economic Security / S. Chebotarev [ets]. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/author/37087100799> (дата обращения: 23.06.2024).

Во-вторых – территориальными особенностями. Россия – самая крупное по территории государство мира. Она расположена в восточной части Европы и северной части Азии. Площадь Российской Федерации сопоставима с площадью Южной Америки, почти в два раза больше, чем площади таких ведущих мировых держав, как КНР или США. При этом огромные ресурсы нашей страны поделены по регионам и находятся в управлении отдельных субъектов РФ.

В-третьих, численность населения РФ на сегодняшний день примерно 145 млн человек, что позволяет России уверенно занимать седьмое место в мире. На органы государственной власти субъекта «ложится большая ответственность за качество и уровень жизни населения, проживающего на территории этого субъекта»<sup>117</sup>.

В-четвёртых, географические и природно-климатические особенности субъектов влияют, в том числе, и на расселение населения, а значит формирование основных направлений хозяйственной деятельности и среды обитания в регионах.

Кроме этого, Российская Федерация имеет свои характерные черты экономического положения: территориальная близость к основным хозяйственным рынкам и центрам мировой экономики как в Европе, так и Азии. По сути, мы находимся на перекрёстке основных торговых путей. Экономический потенциал Российской Федерации включает огромные природно-ресурсные, производственные, научно-технические, экспортные и другие потенциалы, являясь одним из мощнейших в мире.

Проблемы обеспечения экономической безопасности находятся в тесной связи с необходимостью достижения целей устойчивого развития, и при планировании мероприятий по ЦУР следует в полной мере учитывать требования экономической безопасности.

При этом экономический потенциал России рассредоточен в определённом порядке по субъектам РФ, которые имеют свои государственные органы управления, наделенные в свою очередь определёнными полномочиями<sup>118</sup>. От их эффективной работы зависит высокая степень экономической и социальной безопасности этих регионов, а также совместный государственный эффект национальной безопасности страны.

В современной научной литературе разработан целый ряд методик оценки экономической безопасности региона. В субъектах Российской Федерации разработаны стратегии экономической безопасности,

---

<sup>117</sup> Монахова И.В. Экономическая безопасность: учебник для студентов, обучающихся по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность. Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал) РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. 304 с.

<sup>118</sup> Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность: учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2024. 338 с.

органы государственной власти субъектов в вопросах экономического развития региона опираются на эти документы программно-целевого планирования. При этом на сегодняшний день не существует единой системы индикаторов экономической безопасности регионов. На федеральном уровне Совет Безопасности Российской Федерации утвердил экономические индикаторы экономической безопасности национальной экономики на основе исследований С. Глазьева.

В теории экономической безопасности существует несколько подходов формированию системы индикаторов региона. Как правило, их группируют по различным видам экономических и социальных отношений, а также каждая группа индикаторов соответствует одному из направлений экономической безопасности (рис. 1.3.1).

Экономическая безопасность региона	социальная
	демографическая
	инвестиционная
	научно-техническая
	ресурсная
	производственная
	кадровая

Рис. 1.3.1. Направления экономической безопасности региона (сост. автором на основе источника<sup>119</sup>)

Несмотря на отсутствие единой унифицированной системы индикаторов экономической безопасности региона существующая практика их использования имеет общие черты: чаще всего анализируются группы показателей по направлениям социально-экономического, финансового состояния региона, а также характеризующие научный и инвестиционный потенциал, демографическое развитие, обеспеченности основным ресурсами – продовольствием и энергетикой.

Кроме этого, система индикаторов обязательно должна содержать пороговые значения, то есть предельные количественные и качественные показатели, определённые рыночные значения, превышение или понижение которых позволяет сделать вывод о функционировании сферы услуг. Пороговое значение, как правило, формируется различными способами: это может быть анализ зарубежного опыта, разработки в смежных сферах экономических отношений, экспертное мнение и т.д. При анализе индикаторов сферы услуг региона необходимо сравнивать их со средними значениями по стране.

Экономическая безопасность сферы услуг представляется акту-

<sup>119</sup> Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность: учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2024. 338 с.

альным направлением деятельности для всех субъектов этих отношений: органов государственного и муниципального управления, предприятий сферы услуг, потребителей.

Вопросы обеспечения экономической безопасности сферы услуг актуальны не только для государства в целом, но и для отдельных субъектов Российской Федерации или её экономических регионов. Каждый субъект «находится под воздействием общих государственных экономических тенденций и процессов, происходящих в мире, в то же время субъекты имеют свои особенности в обеспечении экономической безопасности, которые связаны с различными факторами и местоположением конкретного субъекта: это и география, и климат, и структурные особенности экономики, и национально-этнический состав населения и, даже, культурные, исторические и религиозные традиции поведения жителей региона»<sup>120</sup>.

Поэтому на современном этапе целенаправленная деятельность по актуализации, предотвращению и преодолению вызовов для экономики сферы услуг субъектов РФ является безусловной и тесно связанной с обеспечением экономической безопасности Российской Федерации в целом.

В теории экономическая безопасность сферы услуг региона – это состояние, при котором отсутствуют, нивелируются или полностью устранены все виды угроз как внутренние, так и внешние. Это необходимо для сохранения и развития экономического, финансового, человеческого потенциала региона не ниже состояния, характерного для всего государства в целом, и достаточного для постоянного повышения благосостояния населения региона, стабильного роста уровня и качества жизни жителей региона – это основа отсутствия социальных конфликтов, сепаратистских настроений в регионе и обеспечение целостности и единства государства.

Все интересы в области обеспечения экономической безопасности сферы услуг субъекта Российской Федерации можно разделить на четыре основных элемента.

Первый – интересы субъекта РФ в области экономического развития в целом и сферы услуг в частности.

Второй элемент – мониторинг и оценка внешних и внутренних угроз экономической безопасности сферы услуг региона.

Третий элемент – формирование экономической политики, институциональных преобразований и развития необходимых механизмов и инструментов, которые способствуют смягчению воздействия угроз, подрывающих поступательное устойчивое развитие региональ-

---

<sup>120</sup> Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность: учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2024. 338 с.

ной сферы услуг, и приводят к её дестабилизации. Поэтому перед региональными властями стоит задача по формированию методов экономической политики региона, которые создали бы необходимые и достаточные условия внедрения в этот процесс анализа проблем экономической безопасности сферы услуг, который обеспечил бы её устойчивое стабильное развитие.

И четвёртый элемент – это организационное обеспечение системы защиты экономической безопасности сферы услуг региона. Это системные и постоянные действия органов власти по выявлению, диагностированию и предотвращению угроз интересам сферы услуг конкретного субъекта Российской Федерации, его экономике в целом и социальному развитию, а также разработка мер по их предотвращению и нивелированию.

Для реализации этих элементов экономической безопасности сферы услуг региона необходимо наличие определённых инструментов. Главными из них являются индикаторы экономической безопасности и их пороговые значения. «Задача пороговых значений – количественно выразить интересы в области экономики, социального развития, интеграции экономики субъекта в экономику страны, а также в общегосударственный и мировой рынки. Индикаторы и пороговые значения являются основой практической деятельности органов государственной власти субъекта по защите этих интересов»<sup>121</sup>.

Индикаторы экономической безопасности сферы услуг должны быть частью системы индикаторов, которая позволила бы комплексно оценить состояние экономической безопасности региона в целом.

При формировании системы индикаторов сферы услуг региона необходимо учитывать следующие особенности отдельных показателей:

Первое – индикаторы должны позволить сделать анализ основных аспектов развития сферы услуг региона и одновременно соответствовать реальным и потенциальным угрозам или иным дестабилизирующим факторам экономической безопасности сферы услуг региона. Для сравнения развития сферы услуг различных регионов можно использовать так называемые относительные индикаторы, например, на душу населения.

Второе – выбранные индикаторы должны отражать все процессы, происходящие в сфере услуг региона, для того чтобы в определённом временном промежутке была возможность систематически оценивать тенденции и происходящие изменения.

Экономическая безопасность сферы услуг может содержать свои специфические индикаторы, которые могут включать в себя индикаторы, представленные на рис. 1.3.2.

---

<sup>121</sup> Дмитриев Ю.А., Васильева Л.П. Региональная экономика: учебник. М.: КНОРУС, 2021. 264 с.

Уровень безработицы среди работников сферы услуг (по методологии МОТ) не должен быть выше, чем общий уровень безработицы в субъекте РФ и общий по РФ. Пороговое значение этого индикатора у разных авторов различное, от 3 до 6%. Предполагаем, что приемлемым пороговым значением, учитывая долю сферы услуг в региональном ВВП, должно быть не более 4%.

Индикаторы сферы услуг региона	Уровень безработицы среди работников в отрасли по методологии МОТ
	Стабильность спроса на услуги и колебания спроса в зависимости от конъюнктуры рынка.
	Налоговая нагрузка на предприятия сферы услуг
	Уровень конкуренции на рынке услуг.
	Инвестиции в развитие инфраструктуры и технологий в сфере услуг
	Показатели качества предоставляемых услуг
	Эффективность управления рисками и адаптивность к изменениям во внешней среде.

Рис. 1.3.2. Индикаторы сферы услуг региона

Источник: сост. автором.

Стабильность спроса на услуги и колебания спроса в зависимости от конъюнктуры рынка – важный показатель, который оказывает влияние на экономическую безопасность сферы услуг в регионе, при этом умеренным, то есть допустимым принято считать 10–20% разницы в продажах, что можно считать пороговым значением. Выход за пределы порогового значения влияет на финансовую стабильность конкретных предприятий сферы услуг и экономическую безопасность сферы услуг региона.

Когда спрос снижается или изменяется слишком быстро и превышает пороговое значение, это может привести к ряду проблем для сферы услуг в регионе:

1. Падение доходов: резкое снижение спроса может привести к уменьшению выручки предприятий сферы услуг, что может угрожать их выживанию.

2. Уменьшение рабочих мест, что влияет на занятость в регионе.

3. Снижение инвестиций: недостаточный спрос может отпугнуть инвесторов и замедлить развитие инфраструктуры сферы услуг.

4. Ухудшение условий работы: низкая загрузка и высокий уровень сезонности могут привести к увеличению цен и снижению качества предоставляемых услуг, что негативно скажется на репутации региона.

Поэтому важно следить за изменениями в спросе и превентивно

реагировать на негативные тенденции, стремясь сохранить устойчивость и экономическую безопасность сферы услуг в регионе.

Налоговая нагрузка на предприятия сферы услуг: среднеотраслевые коэффициенты ФНС рассчитывает за календарный год, при чем за текущий по результатам предыдущего: это необходимо для определения уровня налоговой нагрузки на одного налогоплательщика в конкретной отрасли и по конкретному виду деятельности.

Исходя из среднего значения по направлениям деятельности сферы услуг пороговое значение этого показателя не должно превышать 5–7%.

Уровень конкуренции на рынке услуг можно определить при помощи различных социологических опросов. Традиционно большую активность в опросах участвуют представители малого бизнеса: 70–80% большинства специализированных опросов – это сотрудники или владельцы микропредприятий с годовым оборотом до 120 млн руб., численность сотрудников 80–90% предприятий, участвующих в опросе, не превышает 100 чел., 60–70% – не превышает 15 чел<sup>122</sup>.

Типичный представитель выборки выглядит следующим образом: владелец собственного бизнеса, возраст этого бизнеса составляет более 5 лет, целевыми рынками для него являются рынки отдельных российских регионов или муниципальных образований.

Также один из часто встречающихся на практике способов измерения уровня конкуренции в сфере услуг – расчет индекса концентрации рынка. Для этого используют метод концентрации, такой как индекс Хиршмана-Херфиндаля (ННІ) или коэффициент Герфиндаля.

Индекс Хиршмана-Херфиндаля (далее – ННІ) вычисляется путем квадратичной суммы долей рыночных долей всех компаний, участвующих на рынке. Чем выше значение индекса ННІ, тем более концентрированным считается рынок, что может указывать на высокий уровень конкуренции между крупными игроками.

Коэффициент Герфиндаля также является индикатором степени концентрации рынка и рассчитывается путем суммирования квадратов долей рыночных долей компаний, участвующих в рынке. Чем выше коэффициент Герфиндаля, тем более концентрированным считается рынок.

Инвестиции в развитие инфраструктуры и технологий в сфере услуг – индикатор, который, по сути, отражает привлекательность этого вида экономической деятельности в конкретном субъекте РФ. При определении порогового значения для этого индикатора можно основываться на системе индикаторов С. Глазьева. В этом случае до-

---

<sup>122</sup> Армашова-Тельник Г.С. Конкурентно-рыночное пространство в контексте потребности роста конкурентоспособности российской системы хозяйствования // Вестник ВГУИТ. 2021. № 3. С. 259–263.

ля инвестиций в сферу услуг должна быть пропорционально доли этой сферы в региональном ВВП, где общие инвестиции, в свою очередь, не должны быть менее 25% от общего ВВП.

Обосновывать этот показатель экономической безопасности сферы услуг можно по следующим направлениям:

- анализ показателей инвестиционной активности предприятий и организаций сферы услуг;
- анализ структуры, динамики, объемов инвестиций в основной капитал предприятий и организаций сферы услуг в региональном аспекте;
- анализ результативности инноваций в сфере услуг.

Показатель качества предоставляемых услуг – индикатор должен отражать понятие «интегральное качество» – сводный количественный показатель удовлетворенности потребителей предоставляемыми рынком региона услугами, при этом каждая услуга должна обладать набором унифицированных характеристик. Интегральный уровень качества предоставляемых для оценки услуг можно оценивать на основе мнения потребителей этих услуг.

К унифицированным характеристикам можно отнести предложенные на рис. 1.3.3.

Эффективность управления рисками и адаптивность к изменениям во внешней среде – как индикатор экономической безопасности сферы услуг региона связан в первую очередь с особенностями услуги, как результата экономической деятельности. Для сферы услуг наиболее существенными рисками принято считать финансовые, рыночные, товарные, кадровые, технологические, политико-правовые и информационно-цифровые.

Финансовые риски могут быть связаны с качеством управления и планирования, в котором участвуют государственные и муниципальные органы. Это непосредственно влияет на инвестиционную привлекательность региона и развитие сферы услуг. Финансовые риски отдельных предприятий сферы услуг связаны с состоянием дебиторской задолженности и управлением активами и структурой предприятия. Еще одна группа финансовых рисков – адаптационные возможности сферы услуг региона к изменению ситуации на региональном, национальном и мировом рынках.

Рыночные риски возникают в случае изменения конъюнктуры, соотношения импорта и экспорта в регионе, повышения или понижения спроса и приложения на рынке услуг, доходов и других возможностей населения региона.

Товарные риски – в первую очередь это уровень конкурентоспособности услуги, ценовая политика предприятий сферы услуг, нали-

чие систем контроля качества услуг, сезонность, добросовестность контрагентов и конкурентов.

Критерии оценки услуги	<i>степень доступности</i> (удобство расположения, простота доступа к услуге и простота пользования, возможность быстрой связи с диспетчером при возникновении проблемы);
	<i>понимание проблем клиента</i> (умение войти в положение клиента, вникнуть в нестандартные финансовые проблемы, подстроиться под удобный для клиента график, готовность учитывать особенности постоянных клиентов);
	<i>доверие</i> (репутация поставщика услуг, его честность, наличие гарантии на свою работу);
	<i>надежность</i> (способность предоставить услугу на обещанном уровне, качественно с первого раза, способность предоставить услугу в срок, без ошибок);
	<i>безопасность</i> (отсутствие опасности, риска или сомнений, например, безопасно ли пользоваться этим банкоматом в темное время суток, насколько безопасны применяемые материалы и технологии);
	<i>безопасность</i> (отсутствие опасности, риска или сомнений, например, безопасно ли пользоваться этим банкоматом в темное время суток, насколько безопасны применяемые материалы и технологии);
	<i>компетенция персонала</i> (наличие у сотрудников навыков и знаний, необходимых для оказания услуги, профессионализм действий и решений);
	<i>компетенция персонала</i> (наличие у сотрудников навыков и знаний, необходимых для оказания услуги, профессионализм действий и решений);
	<i>уровень коммуникации</i> (умение выслушать клиента и передать ему информацию на доступном для него языке, готовность избегать профессионального жаргона, выслушать клиента в случае обращения с жалобой, оповещение клиента об изменениях, связанных с характером работы);
	<i>скорость реакции сотрудников</i> (желание помочь клиенту и обслужить максимально быстро, готовность предоставления услуги в удобное для клиента время);
<i>вежливость персонала</i> (учтивость, обходительность, внимательность и дружелюбие обслуживающего персонала);	
<i>осязаемые характеристики</i> (обстановка и внешний вид помещений, оборудования, внешний вид персонала, четкость информационных материалов).	

Рис. 1.3.3. Критерии качества услуги

Источник: сост. автором.

Кадровые риски сферы услуг региона – это наличие или отсутствие квалифицированного и высокопрофессионального персонала, общий уровень кадрового потенциала региона в целом, кадровый потенциал рынка услуг региона. В частности, использование инструментов развития интеллектуального потенциала региона органами государственного и муниципального управления, демографических показателей конкретного региона, наличия образовательных организаций по направлениям и профилям обучения для удовлетворения потребностей рынка услуг региона в кадрах.

Технологические риски связаны «с высокой степенью износа основных фондов, неэффективным использованием торговых и произ-

водственных площадей. Наличие в регионе ресурсов для технического и цифрового развития может стать элементом обеспечения экономической безопасности региона. Однако эта составляющая является основанием возникновения рисков связанных с внедрением новых технологий и нового, инновационного оборудования, результатом которого может стать, например, повышение цены продукта»<sup>123</sup>.

Политико-правовые риски связаны с поведением субъектов рынка услуг требованием действующего законодательства, наличием количества правонарушений в этих отношениях. Это может привести к развитию теневого рынка услуг как способа ухода от налогов и иных обязательств. Кроме этого, к этой группе рисков можно отнести недостаточную эффективность юридического сопровождения деятельности предприятий сферы услуг, регулярные изменения формы собственности и организационно-правовых форм предприятий сферы услуг.

Информационно цифровые риски связаны с особенностью современного развития общества: повсеместным использованием цифровых технологий. Некоторые исследователи определяют современное общество как «сетевую цивилизацию». Представить себе современный рынок услуг без Интернета и других способов современных телекоммуникаций, которые сейчас уже являются частью экономического пространства и повседневной жизни каждого человека, невозможно. Критерии цифровой безопасности представлены на рис. 1.3.4.

Критерии цифровой безопасности в сфере услуг	Уровень защиты персональных данных клиентов и конфиденциальной информации предприятий в сфере услуг
	Частота и степень успешных кибератак на предприятия сферы услуг
	Эффективность мер по предотвращению киберпреступности и реагированию на инциденты
	Уровень осведомленности и обученности персонала в вопросах цифровой безопасности
	Разработка и реализация политики и стратегии цифровой защиты в отрасли услуг
	Разработка и реализация политики и стратегии цифровой защиты в отрасли услуг
	Степень соблюдения стандартов и нормативов по цифровой безопасности
	Использование современных технологий и инструментов для обеспечения цифровой безопасности

Рис. 1.3.4. Критерии цифровой безопасности в сфере услуг

Источник: сост. автором.

<sup>123</sup> Армашова-Тельник Г.С., Никитина Н.М., Романова И.В. Актуальная конъюнктура конкурентоспособности российских промышленных предприятий // Вестник ВГУИТ. 2020. № 4. С. 395–403.

Вопрос эффективного и безопасного использования цифровых технологий в предпринимательской деятельности является основой формирования экономической безопасности деятельности предприятий сервиса, а также обеспечивает стабильное развитие и конкурентоспособности сферы услуг региона.

Показатели цифровой безопасности предприятий сферы услуг региона приобретают все большее значение в современном цифровом обществе. Необходимо выделить наиболее значимые индикаторы, анализ которых может стать базой для оценки уровня цифровой безопасности в сфере услуг.

Эти показатели позволяют оценить уровень уязвимости предприятий в сфере услуг к цифровым угрозам и принять необходимые меры для улучшения цифровой защиты. Важно постоянно отслеживать и анализировать данные показатели, чтобы обеспечить высокий уровень цифровой безопасности в сфере услуг и защитить интересы клиентов и предприятий.

Эти и другие показатели позволяют оценить степень устойчивости и конкурентоспособности сферы услуг в экономике и принимать решения по обеспечению ее экономической безопасности. Кроме того, важно учитывать особенности различных видов услуг (например, туризм, транспорт, образование, здравоохранение и др.) при анализе показателей экономической безопасности. Представляется актуальным рассмотрение экономической безопасности отдельных отраслей сферы услуг.

Например, при оценке экономической безопасности сферы туризма в регионе можно выделить ряд ключевых индикаторов, которые стоит учитывать. Анализ данных показателей позволит оценить устойчивость и конкурентоспособность сферы туризма в регионе, выявить проблемные места и разработать стратегию развития туристической отрасли для обеспечения экономической безопасности.

Экономическая безопасность сферы туризма в регионе играет важную роль в обеспечении устойчивого развития данного сектора и сохранении экономических интересов как государства, так и частных предпринимателей. Развитие сферы туризма в регионе напрямую зависит от многих условий, таких как туристический потенциал, стабильность экономической ситуации, инвестиционный климат, качество инфраструктуры, безопасность в регионе и т.д.

Для обеспечения экономической безопасности сферы туризма важно проводить комплексную работу по разработке и реализации стратегии развития сферы туризма в регионе, формированию туристической инфраструктуры, созданию благоприятного инвестиционного климата, а также по контролю за качеством предоставляемых

услуг, обеспечению безопасности туристов. Индикаторы экономической безопасности в сфере туризма представлены на рис. 1.3.5.

Таким образом, экономическая безопасность сферы услуг регионов РФ является важным элементом обеспечения устойчивого развития отрасли. Сфера услуг включает в себя большое количество различных направлений деятельности: туризм, образование, здравоохранение, транспортные услуги, информационные технологии и другие.

Индикаторы экономической безопасности сферы туризма в регионе	Объем туристического потока: количество туристов, посещающих регион, и динамика этого показателя. Увеличение числа туристов может говорить о росте интереса к региону и заявить о потенциале для развития туристической индустрии
	Диверсификация туристического продукта: разнообразие и качество предлагаемых туристических услуг в регионе. Наличие различных типов отдыха (культурный, экскурсионный, пляжный и др.) способствует увеличению посещаемости и разнообразию туристического спроса
	Инфраструктура и сервис: состояние туристической инфраструктуры, качество обслуживания, наличие современных туристических объектов и адаптированных сервисов для иностранных посетителей
	Экономический эффект: вклад туризма в экономику региона, включая валовой региональный продукт, создание рабочих мест, налоговые поступления и т.д.
	Безопасность и стабильность: уровень преступности, угрозы терроризма и другие факторы, влияющие на безопасность туристов в регионе
	Сезонность и загрузка: распределение туристического потока в течение года, способность региона работать круглогодично и наличие мероприятий для привлечения туристов в межсезонье

Рис. 1.3.5. Индикаторы экономической безопасности сферы туризма в регионе  
Источник: сост. автором.

Для достижения экономической безопасности сферы услуг и её устойчивого развития органам государственного и муниципального управления, а также иным субъектам этих отношений необходимо:

1. Обеспечивать развитие сферы услуг по направлениям: инновации, благоприятный инвестиционный климат, развитие конкуренции и повышение качества услуг как основы устойчивости.

2. Обеспечивать защиту прав потребителей, в частности, активно защищать интересы потребителей в борьбе с недобросовестными производителями и мошенничеством.

3. Развивать кадровый потенциал и способствовать обеспечению отраслей сферы услуг квалифицированными работниками, а также создавать условия для их постоянного обучения и переобучения с целью повышения профессионализма и конкурентоспособности всех субъектов хозяйствования.

4. Совершенствовать инфраструктуру сферы услуг с использованием современных технологий, в том числе цифровых.

5. Создать систему мониторинга экономической безопасности сферы услуг на основе использования индикаторов экономической безопасности отраслей сферы услуг региона, включая систему анализа трендов и уровня конкуренции, систему оценки рисков и угроз, которые позволят своевременно реагировать на изменения и принимать необходимые меры по преодолению негативных тенденций и повышению устойчивости.

Обеспечение экономической безопасности сферы услуг в регионе требует системного подхода, так как только таким образом можно обеспечить устойчивое и успешное функционирование данной отрасли экономики.

## 2. ТУРИЗМ КАК ДРАЙВЕР УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ТЕРРИТОРИЙ

### 2.1 Рейтинги и рэнкинги устойчивого социально-экономического развития и устойчивого развития туризма в регионах

Развитие региональной туристской инфраструктуры с учетом требований устойчивого развития (далее – УР) как части индустрии туризма тесно связано с устойчивым развитием региона в целом<sup>124</sup>. Несмотря на то, что выбор целей устойчивого развития был произведен на национальном уровне, каждый регион выбирает механизмы, инструменты, методы и конкретные целевые ориентиры реализации устойчивого развития<sup>125</sup>. Интересным представляется подход, представленный в Бюллетене Счетной палаты РФ<sup>126</sup> о соответствии региональных нормативно-правовых документов направлениям устойчивого развития (рис. 2.1.1).

На федеральном уровне отсутствует обязанность включения требований устойчивого развития в региональные стратегические документы, однако постепенно в регионах РФ складывается нормативно-правовая база УР<sup>127</sup>, в том числе в сфере туризма<sup>128</sup>.

---

<sup>124</sup> Танина А.В. Формирование методической базы развития устойчивого туризма в РФ // Новеллы права, экономики и управления–2022: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Гатчина, 25 ноября 2022 г. Т. 1. Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2023. С. 334–339. EDN WCAOSS.

Константиниди Х.А., Пахалов А.М. Устойчивое развитие туризма и индустрии гостеприимства в регионах России: опыт сравнительной оценки // Вестник индустрии гостеприимства: междунар. науч. сб. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. С. 62–68. EDN HWPIQK.

Кружалин В.И., Меньшикова Т.Н., Кружалин К.В. Стратегическое планирование как основа устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации // Географический вестник. 2022. № 1(60). С. 136–149. DOI 10.17072/2079-7877-2022-1-136-149. EDN MMXGLL.

Туризм как стратегия повышения устойчивости развития / Кобяк М.В., Ильина Е.Л., Латкин А.Н., Путьина М.В. // Спорт, туризм и гостеприимство в образовательном пространстве: инновации и перспективы развития: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 21 апреля 2022 г. М.: ГАОУ ВО «Московский государственный университет спорта и туризма», 2022. С. 67–73. EDN RQWFJK.

<sup>125</sup> Коршунов И.В. Устойчивое развитие в стратегиях регионов: выбираемые подходы и решения // Экономика региона. 2023. Т. 19. № 1. С. 15–28. DOI 10.17059/ekon.reg.2023-1-2. EDN VEVEGF.

Владыка М.В., Сереброва Т.В., Тикунов В.И. Региональный механизм устойчивого развития // Фундаментальные исследования. 2022. № 10-1. С. 32–36. DOI 10.17513/fr.43339. EDN SAYNIG.

Управление ESG рисками на уровне региона / А.Г. Айрапетова, Л.Ф. Казанская, В.В. Корелин, Г.Р. Хакимова // Транспортное дело России. 2023. № 5. С. 136–139. DOI 10.52375/20728689\_2023\_5\_136. EDN FYEANZ.

Туганов Т.З., Танина А.В. ESG-развитие регионов России: опыт Санкт-Петербурга // Цифровая трансформация экономических систем: проблемы и перспективы (ЭКОПРОМ-2022): сб. трудов VI Всерос. науч.-практ. конф. с зарубежным участием, Санкт-Петербург, 11–12 ноября 2022 г. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. С. 324–328. DOI 10.18720/LEP/2021.4/96. EDN PBZBIN.

<sup>126</sup> Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. 2023. № 9. Устойчивое развитие регионов. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/c59/nvj03vghnm6yzwmbczxrlisq2lsb4tsq.pdf> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>127</sup> Танина А.В. Нормативно-правовая база государственного управления развитием туризма // Развитие экономических систем: теория, методология, практика: монография. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. С. 88–105. EDN WTRJDU.

<sup>128</sup> Танина А.В. Особенности развития устойчивого туризма в регионах России // Развитие экономических систем: теория, методология, практика: монография. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. С. 106–118. EDN GTHXGT.

социальные		ЦУР 1. Ликвидация нищеты	Региональные социальные кодексы
		ЦУР 3. Хорошее здоровье и благополучие	
		ЦУР 4. Качественное образование	
		ЦУР 5. Гендерное равенство	
		ЦУР 16. Мир, правосудие и эффективные институты	
экологические		ЦУР 6. Чистая вода и санитария	Законы, связанные с недропользованием, охраной и использованием ООПТ, защитой лесных насаждений, использованием лесов, отдельными вопросами в сфере обращения с отходами производства и потребления и др.
		ЦУР 7. Недорогостоящая и чистая энергия	
		ЦУР 11. Устойчивые города и населенные пункты ЦУР	
		ЦУР 12. Ответственное потребление и производство	
		ЦУР 13. Борьба с изменением климата	
		ЦУР 14. Сохранение морских экосистем	
		ЦУР 15. Сохранение экосистем суши	
экономические		ЦУР 2. Ликвидация голода	Законы, связанные с развитием промышленности и агропромышленного комплекса, инвестиций, инноваций, науки и научно-технической деятельности, торговой деятельности, МСП и др.
		ЦУР 8. Достойная работа и экономический рост	
		ЦУР 9. Индустриализация, инновации и инфраструктура	
		ЦУР 10. Уменьшение неравенства	
		ЦУР 17. Партнерство в интересах устойчивого развития	

Рис. 2.1.1. Соответствие региональных нормативно-правовых актов целям устойчивого развития (по данным Счетной палаты)

Для оценки эффективности устойчивого развития регионов РФ используются рейтинги и рэнкинги, формируемые различными организациями.

Рейтинговое агентство SGM «реализует проекты в области устойчивого развития», в том числе составляет рейтинги устойчивого развития. В 2012 г. был составлен первый рейтинг устойчивого развития городов России. В рейтинг вошли 185 городов страны, население которых превышает 100 тыс. человек. В табл. 2.1.1 представлены показатели для построения рейтинга.

Таблица 2.1.1

### Показатели для построения рейтинга УР городов

Блок	Экономика		Социальная сфера		Экология	
	Экономическое развитие	Городская инфраструктура	Демография и население	Социальная инфраструктура	Экологическая эффективность производств	Экологическая ситуация
Число показателей	9	7	3	9	3	1
Вес	1	1	1		1	

Рассмотрим динамику рейтинга городов СЗФО в табл. 2.1.2.

Более наглядно динамика изменения индекса устойчивого развития представлена на рис. 2.1.2. Из рисунка видно, что наибольшие значения индекса наблюдаются в Санкт-Петербурге с постепенным ростом от 0,597 в 2012 г. до 0,65 в 2021 г. Значительный рост также показал индекс УР Калининграда, который после небольшого снижения в 2013 г. достиг максимального значения 0,651 в 2020 г. и, упав до 0,629 в 2021 г., всё равно показывает второй результат среди всех анализируемых городов СЗФО. В 2014 г. максимальные значения индекса УР демонстрировали Ухта (0,63), Сыктывкар (0,6), Мурманск (0,58), Петрозаводск (0,53), Череповец (0,52), однако в дальнейшем в данных городах значения индекса снизились, причем падение индекса в Ухте, Сыктывкаре и Мурманске составило более 0,1. Нисходящим трендом отличается значение индекса у Великого Новгорода и Вологды – с 2012 по 2019 гг. включительно происходило снижение показателей, и только в 2020 г. начался небольшой рост индекса УР.

Таблица 2.1.2

**Индекс устойчивого развития городов СЗФО**

	2012 <sup>129</sup>	2013 <sup>130</sup>	2014 <sup>131</sup>	2015 <sup>132</sup>	2016 <sup>133</sup>	2017 <sup>134</sup>	2018 <sup>135</sup>	2019 <sup>136</sup>	2020 <sup>137</sup>	2021 <sup>138</sup>
Архангельск	0,476	0,418	0,46	0,473	0,45	0,489	0,500	0,501	0,511	0,512
Великий Новгород	0,600	0,595	0,58	0,56	0,55	0,504	0,501	0,498	0,526	0,538
Вологда	0,601	0,546	0,56	0,54	0,55	0,522	0,525	0,513	0,532	0,538
Калининград	0,546	0,518	0,58	0,56	0,63	0,613	0,634	0,632	0,651	0,629
Мурманск	0,463	0,569	0,58	0,50	0,49	0,510	0,520	0,512	0,512	0,485
Петрозаводск	0,518	0,496	0,53	0,493	0,49	0,495	0,507	0,489	0,504	0,503
Псков	0,504	0,552	0,54	0,53	0,47	0,444	0,432	0,452	0,469	0,461
Санкт-Петербург	0,597	0,604	0,6	0,63	0,61	0,646	0,644	0,639	0,643	0,650
Северодвинск	0,471	0,506	0,52	0,42	0,43	0,447	0,464	0,465	0,452	0,444
Сыктывкар	0,476	0,485	0,6	0,52	0,52	0,523	0,539	0,519	0,535	0,496
Ухта	0,475	0,482	0,63	0,51	0,51	0,519	0,502	0,503	0,511	0,504
Череповец	0,425	0,489	0,52	0,52	0,51	0,499	0,503	0,490	0,483	0,469

<sup>129</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2012 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/b2d/b2d3393c6a5baa6018a5e653c12e629c.pdf>

<sup>130</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2013 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/5aa/5aa37451dd3e4b9aa1914198694b6133.pdf>

<sup>131</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2014 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/4a2/4a29d0ced77e2890797ae9f862fd8df.pdf>

<sup>132</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2015 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/1ca/1caefabb6fa31e0aceacd10bebfec24c.pdf>

<sup>133</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2016 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/341/3411be2c33dac415ca4940d6e53b0827.pdf>

<sup>134</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2017 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/148/148ce7745cfb0b11b5df98ee512776d0.pdf>

<sup>135</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2018 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/17e/17e780904efde0c50761ae4b1dcfbc8.pdf>

<sup>136</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2019 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/513/51385c0f0ec17be0a989b7f371e928ca.pdf>

<sup>137</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2020 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/986/9861afc747dcb868c25aed0e2a7d1fbd.pdf>

<sup>138</sup> Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2021 год. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/e41/e415a35b5b954ac379c1284c8ea8bf65.pdf>

В период 2020–2022 гг. рейтинговым агентством SGM рассчитывался рейтинг устойчивого развития регионов, результаты которого для СЗФО представлены в табл. 2.1.3. Чем выше ранжирование, тем лучше результаты региона.

Наибольшую устойчивость как в абсолютном показателе, так и в динамике предсказуемо показывает Санкт-Петербург. Как город федерального значения, мегаполис уступает только крупнейшему мегаполису – Москве и находится на втором месте три года подряд. Среди остальных регионов СЗФО наиболее высокие показатели со стабильным ростом – у Ленинградской области (от 14 места в 2020 г. до 7 места в 2022 г.). Калининградская область находится на 12 месте в 2022 г., но это на одно место хуже, чем показатель 2020 г. Похожая ситуация в Мурманской области, но с 18 места в 2020 г. область поднялась на одно место в 2022 г. до 17 места.

Улучшение позиций наблюдается в 2020-2022 гг. у таких регионов, как Республика Карелия (с 78 места до 64), Вологодская область (с 61 до 42), Новгородская область (с 65 до 41 места), хотя даже с улучшением ранжирования данные регионы находятся в середине списка.

Негативная тенденция наблюдается в ранжировании у Республики Коми, Архангельской области, Ненецкого АО. Ниже всего показатели у Псковской области, которая с невысокого 64 места в 2020 г. опустилась до 72 места в 2022 г.

Интересным представляется сравнение рейтинга региона и города-столицы региона в 2021 г. (за 2022 г. рейтинг по городам отсутствует). Место столицы региона наглядно показывает разницу между реализацией целей УР в регионе в целом и влияния устойчивого развития столичного города. Для таких регионов, как Республика Карелия, Республика Коми, Мурманской и Псковской областей характерно положение столицы на более низком месте в ранжировании, чем региона в целом. Особенно показательны различия в Мурманске (разница в 67 позиций) и Пскове (разница в 50 позиций). Данная ситуация может свидетельствовать о существенных проблемах управления столичными городами. Для Ленинградской области и Ненецкого АО произвести такой сравнительный анализ невозможно, т.к. Гатчина, несмотря на то, что в «апреле 2021 г. была закреплена в Уставе Ленинградской области как место размещения органов государственной власти» региона, только в конце марта 2023 г. была официально признана столицей Ленинградской области<sup>139</sup>. При этом за все наблюдаемые пери-

---

<sup>139</sup> Гатчина теперь официально – столица Ленинградской области // Правительство Ленинградской области. URL: <https://lenobl.ru/ru/dlya-smi/news/59392/#:~:text=Новая%20статья%20определяет%2C%20что%20«столицей,органов%20государственной%20власти%20Ленинградской%20области> (дата обращения: 15.06.2024).

оды население Гатчины не превышало 100 тыс. человек, и поэтому город не был включен в рейтинг УР городов РФ. Население Нарьян-Мара (столицы Ненецкого АО) составляет 24 тыс. человек, поэтому город также не попал в рейтинг.

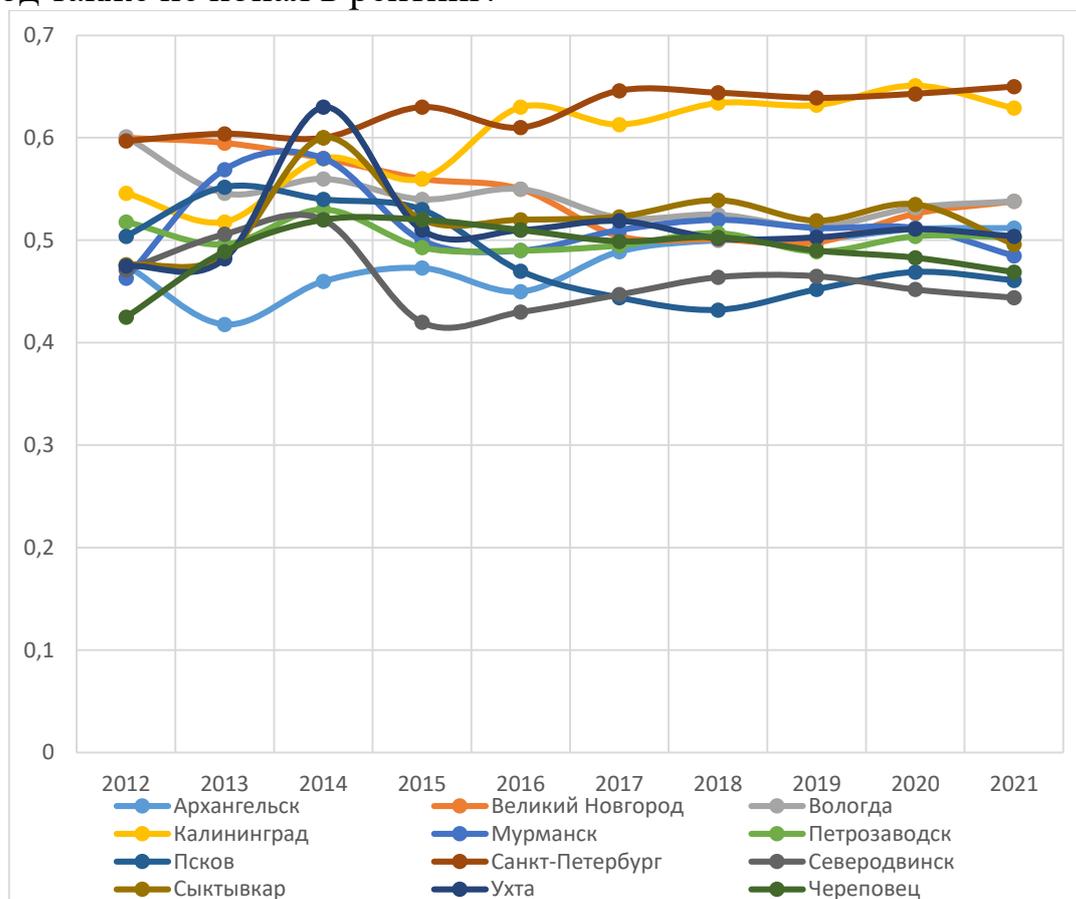


Рис. 2.1.2. Динамика показателей индекса УР

Еще одним рейтингом УР субъектов РФ является ESG-рейтинг группы RAEX за 2018-2021 гг. Рассмотрим полученные данные из этого рейтинга для регионов СЗФО в табл. 2.1.4. На рис. 2.1.3 представим динамику изменения рейтинга регионов СЗФО.

Самые низкие показатели (т.е. занимающие первые места в рейтинге) и лучшие результаты (т.е. уменьшение места в рейтинге) среди рассматриваемых субъектов демонстрирует только Ленинградская область (от 15 места в 2018 г. до 1 места в 2021 г.). Санкт-Петербург – от 7 места в 2018 г. достиг 2 места в 2021 г. (однако в 2019 г. и 2020 г. были 15 и 23 места соответственно). За 2021 г. наверх в рейтинг поднялись такие регионы, как Республика Коми, Архангельская область, Вологодская область, Мурманская область, Псковская область, при этом достаточно высокое место занимает только Вологодская область (26 место). Надо отметить существенный «рывок» в 2019 г. Ненецкого АО, в результате которого регион занял 22 место и даже при дальнейшем снижении до 25 места в 2021 г. находится на довольно высоком уровне.

## Рэнкинг УР регионов РФ в 2020–2022 гг.

	Рэнкинг УР регионов РФ			Место столицы региона в рейтинге городов	Изменения места в рэнкинге	
	2020 <sup>140</sup>	2021 <sup>141</sup>	2022 <sup>142</sup>		2021	2021/2020
Республика Карелия	78	69	64	70	-9	-5
Республика Коми	49	62	60	82	13	-2
Архангельская область	66	68	68	59	2	0
Вологодская область	61	46	42	38	-15	-4
Калининградская область	11	15	12	7	4	-3
Ленинградская область	14	10	7	-	-4	-3
Мурманская область	18	21	17	88	3	-4
Новгородская область	65	39	41	37	-26	2
Псковская область	64	66	72	116	2	6
Санкт-Петербург	2	2	2	5	0	0
Ненецкий АО	21	43	31	-	22	-12

В декабре 2022 г. Национальным Рейтинговым Агентством был опубликован ESG-рэнкинг субъектов Российской Федерации<sup>143</sup>. К сожалению, для построения рэнкинга использовались данные за период январь 2020 г. – октябрь 2022 г., что исключает возможность использования результатов для сравнительного анализа по годам. Тем не менее, можно считать полученные результаты неким обобщенным показателем места региона по отношению к другим за рассматриваемый период времени. В табл. 2.1.5 показано распределение регионов СЗФО в рэнкинге.

Результаты трех рассмотренных подходов показывают, что итоговое место региона в рейтинге/рэнкинге устойчивого развития зависит не только от степени реализации тех или иных показателей, но и от методики расчета. Наглядно разницу можно увидеть в табл. 2.1.6, где

<sup>140</sup> Рэнкинг устойчивого развития Регионов России 2020. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/05b/05b0bd931bf3a3023229ca5c429293b5.pdf>

<sup>141</sup> Рэнкинг устойчивого развития Регионов России 2021. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/b29/b298cbee81a4616684238792f7498285.pdf>

<sup>142</sup> Рэнкинг устойчивого развития Регионов России 2022. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/2c9/2c9863fb0e7bbeef8d7f039e170074f8.pdf>

<sup>143</sup> Рэнкинг устойчивости развития и интеграции ESG-критериев в деятельности субъектов Российской Федерации // НРА. URL: [https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking\\_esg\\_regions.pdf](https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking_esg_regions.pdf) (дата обращения: 11.05.2024).

обобщено распределение субъектов СЗФО по местам за 2020–2022 г. в трех рейтинговых агентствах.

Таблица 2.1.4

**ESG-рейтинг субъектов РФ в 2018–2021 гг.**

	ESG-рейтинг субъектов РФ				Изменения места		
	2018 <sup>144</sup>	2019 <sup>145</sup>	2020 <sup>146</sup>	2021 <sup>147</sup>	2019/2018	2020/2019	2021/2020
Республика Карелия	62	76	76	78	14	0	2
Республика Коми	46	64	78	67	18	14	-11
Архангельская область	67	72	71	60	5	-1	-11
Вологодская область	20	29	29	26	9	0	-3
Калининградская область	48	48	54	65	0	6	11
Ленинградская область	15	16	8	1	1	-8	-7
Мурманская область	18	40	53	42	22	13	-11
Новгородская область	17	19	11	30	2	-8	19
Псковская область	80	80	80	74	0	0	-6
Санкт-Петербург	7	15	23	2	8	8	-21
Ненецкий АО	51	22	21	25	-29	-1	4

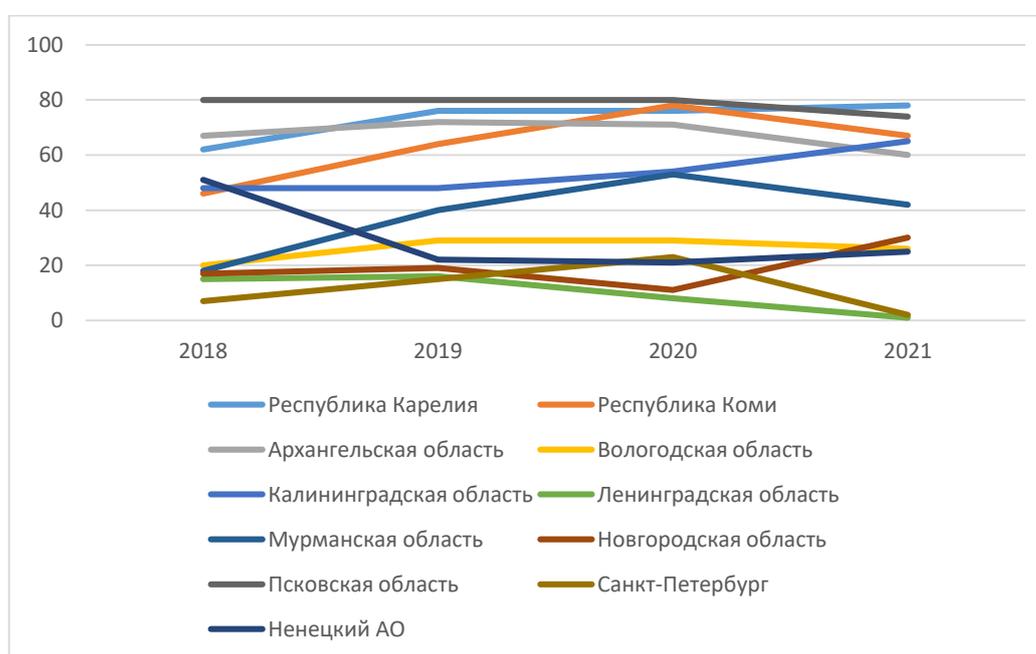


Рис. 2.1.3. Динамика ESG-рейтинга группы RAEX регионов СЗФО

<sup>144</sup> ESG-рейтинг субъектов РФ, 2018 год. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2018/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2018/)

<sup>145</sup> ESG-рейтинг субъектов РФ, 2019 год. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2019/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2019/)

<sup>146</sup> ESG-рейтинг субъектов РФ, 2020 год. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2020/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2020/)

<sup>147</sup> ESG-рейтинг субъектов РФ, 2021 год. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2021/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2021/)

Таблица 2.1.5

## ESG-рэнкинг субъектов Российской Федерации НРА

Регион	Место
Республика Карелия	83
Республика Коми	72
Архангельская область	31–32
Вологодская область	39
Калининградская область	14
Ленинградская область	22
Мурманская область	55
Новгородская область	51
Псковская область	84
Санкт-Петербург	5
Ненецкий АО	46

Из табл. 2.1.6 видно, что разница между значениями рейтинга за один период довольно сильно отличаются. В таблице выделена разница в значениях свыше 20 мест по результатам рэнкингов.

За 2020 г. наиболее значительно отличаются значения у Новгородской области (11 и 65 место), Мурманской области (53 и 18 место), Калининградской области (54 и 11 место), Вологодской области (29 и 61 место), Республики Коми (78 и 49 место) и Санкт-Петербурга (23 и 2 место).

В 2021 г. разница сглаживается, что приводит к большим различиям мест только у Калининградской области (65 и 15 место) и Мурманской области (42 и 21 место). В 2022 г. можно наблюдать значительную разницу в рейтингах Архангельской области (68 и 31–32 место) и Мурманской области (17 и 55 место). Видно, что за весь наблюдаемый период 2020-2022 гг. расхождения в значениях рейтингах появляются только у Мурманской области.

Таблица 2.1.6

## Сводный рейтинг субъектов СЗФО в 2018–2022 гг.

	2020 RAEX	2020 SGM	разница	2021 RAEX	2021 SGM	разница	2022 SGM	2022 НРА	разница
Республика Карелия	76	78	2	78	69	9	64	83	19
Республика Коми	78	49	<b>29</b>	67	62	5	60	72	12
Архангельская область	71	66	5	60	68	8	68	31–32	<b>38</b>
Вологодская область	29	61	<b>32</b>	26	46	20	42	39	3
Калининградская область	54	11	<b>43</b>	65	15	<b>50</b>	12	14	2
Ленинградская область	8	14	6	1	10	9	7	22	15
Мурманская область	53	18	<b>35</b>	42	21	<b>21</b>	17	55	<b>38</b>
Новгородская область	11	65	<b>54</b>	30	39	9	41	51	10
Псковская область	80	64	16	74	66	8	72	84	12
Санкт-Петербург	23	2	<b>21</b>	2	2	0	2	5	3
Ненецкий АО	21	21	0	25	43	18	31	46	15

Наименее заметные расхождения в рейтингах наблюдаются у Ленинградской области (максимальная разница 15 мест в 2022 г.), Псковской области (максимальная разница в 15 мест в 2020 г.), Ненецком АО (максимальная разница 18 мест в 2021 г.), Санкт-Петербурге (21 место в 2020 г.).

Данные расхождения могут быть связаны как с методологией расчета (в основном из-за выбираемых каждым рейтинговым агентством показателей), так и с используемыми для расчетов рейтингов статистическими данными.

Более подробное изучение не только места в рейтинге, но и итоговой оценки достижения целей устойчивого развития (ЦУР) показывает разницу в показателях. На рис. 2.1.1 был представлен традиционный подход к разделению всех ЦУР на три блока согласно трем компонентам ESG. Однако есть и другие подходы.

Например, исследователи из МГИМО разделяют все ЦУР на три кластера, добавляя к традиционным экологическому, социальному и экономическому еще институциональный кластер (рис. 2.1.4).

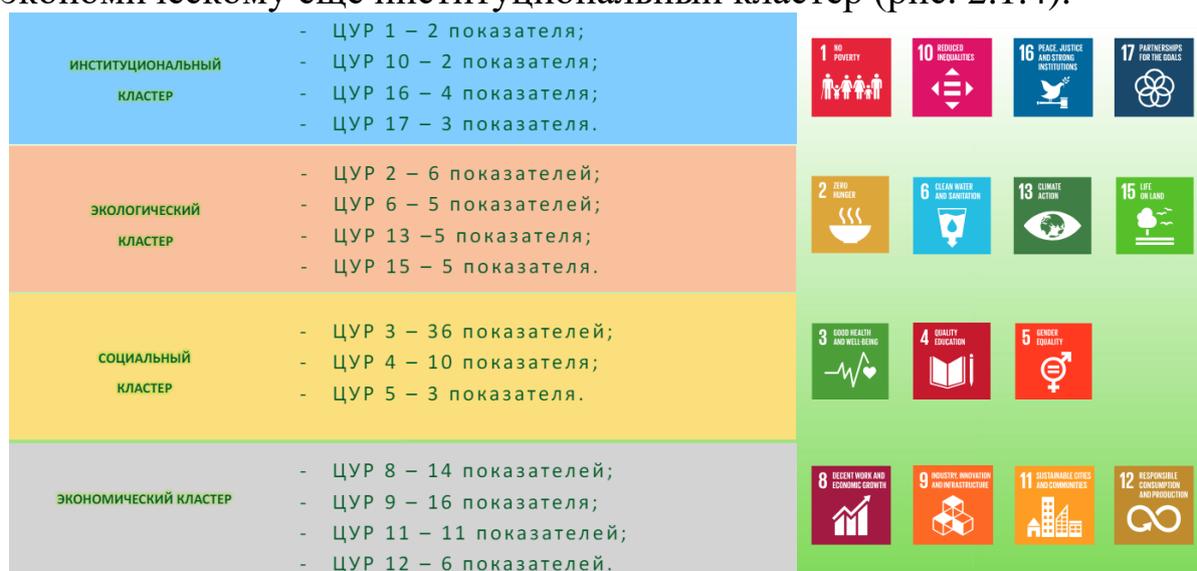


Рис. 2.1.4. Аналитические кластеры в рэнкинге МГИМО'23<sup>148</sup>

В результате степень достижения отдельных целей и компонентов УР несколько отличается от данных, полученных рейтинговыми агентствами. Рассмотрим, насколько в целом комплексная оценка в распределении регионов СЗФО в рэнкинге МГИМО отличается от изученных рейтингов/рэнкингов за 2022 г. в табл. 2.1.7.

Для таких регионов, как Калининградская область и Санкт-Петербург, все значения находятся в довольно близком диапазоне. Разница составляет не более 3-х мест по всем трем рейтингам.

<sup>148</sup> Рэнкинг МГИМО регионов РФ '23 по достижению ЦУР ООН. URL: <https://mgimo.ru/upload/2023/10/russia-esg-ranking-23.pdf> (дата обращения: 11.05.2024).

## Рэнкинг субъектов СЗФО по достижению ЦУР в 2022 г.

	SGM	НРА	МГИМО
Республика Карелия	64	83	58
Республика Коми	60	72	54
Архангельская область	68	31-32	69
Вологодская область	42	39	11
Калининградская область	12	14	15
Ленинградская область	7	22	22
Мурманская область	17	55	13
Новгородская область	41	51	17
Псковская область	72	84	57
Санкт-Петербург	2	5	4
Ненецкий АО	31	46	47

Для остальных субъектов РФ наблюдаются расхождения. Совпадают или отличаются на пару мест значения в двух рейтингах для таких регионов, как Архангельская область (68 и 69 место), Ленинградская область (22 место в обоих рейтингах), Ненецкий АО (46 и 47 место). Для остальных субъектов РФ разница довольно существенная: для Республики Карелии – от 58 до 83 места, Республики Коми – от 54 до 72 места, Вологодской области – от 11 до 42 места, Мурманской области – от 13 до 55 места, Новгородской области – от 17 до 51 места, Псковской области – от 57 до 84 места. Без проведения расчетов нельзя выделить определенной зависимости между определением места региона СЗФО в каждом из рэнкингов.

Еще одной проблемой оценки эффективности реализации ЦУР в регионах РФ являются сами названия целей. Для объективной оценки необходимо подобрать массив данных статистики и других форм отчетности для определения набора показателей. Однако ряд показателей собирается для оценки эффективности деятельности определенных отраслей, что делает интересным сравнение рейтингов устойчивого развития регионов и рейтингов устойчивого развития туризма.

Устойчивое развитие туризма в настоящее время становится общим трендом отрасли. Традиционно устойчивое развитие рассматривается как триединство экологической, социальной и управленческой (в широком смысле) составляющих. Туризм напрямую влияет на достижимость показателей по некоторым ЦУР, на другие цели туристская сфера влияет опосредованно.

Одним из основных показателей развития туризма является увеличение туристского потока, которое двояко влияет на дестинацию в целом. Положительными эффектами роста турпотока являются:

- увеличение дохода организаций туристской индустрии и инфраструктурных отраслей (что приводит к увеличению налоговых поступлений, в том числе в региональные и местные бюджеты);

- рост количества организаций, задействованных в формировании, продвижении, реализации и непосредственном исполнении туристского продукта, обеспечивает занятость как на локальном уровне (прежде всего в организациях, обслуживающих туристов на местах), так и на региональном и даже национальном (в основном в организациях, занятых формированием, продвижением и реализацией товаров и услуг в сфере туризма);

- для обслуживания растущего туристского потока происходит развитие туристской инфраструктуры, к которой можно отнести организации гостеприимства, общественного питания (в том числе кейтеринг для обслуживания событийных мероприятий, транспортных организаций и средств размещения), транспорта (включая не только общественный транспорт, а также специализированный туристический транспорт, объекты дорожной инфраструктуры для самостоятельных путешествий на собственном автомобиле), организации досуга (от тематических парков и других стационарных объектов до проведения событийных мероприятий, в том числе в рамках этнографического, гастрономического, спортивного, культурно-познавательного и др. видов туризма), информационной поддержки (включая туристско-информационные центры и другие организации, использующие цифровые порталы, мобильные приложения и другие цифровые технологии для формирования, продвижения и реализации туристских продуктов) и др.;

- при проведении грамотного позиционирования дестинации в рамках маркетинга территории улучшается имидж и растет популярность брендов как самой дестинации, так и региона в целом;

- расширяется ассортимент и повышается качество услуг в сферах, занятых обслуживанием туристов из-за необходимости обеспечения конкурентоспособности дестинации и региона на национальном туристском рынке;

- растет число видов поддержки и объем финансовых и других ресурсов, получаемых представителями малого и среднего бизнеса, особенно предоставляющих услуги в сфере культуры, народных промыслов, сохранения исторического наследия, образования и воспитания и других подобных, предоставляющих товары и услуги для формирования туристских продуктов и обслуживания туристов и экскурсантов;

- для создания условий для приема туристов в дестинации увеличивается заинтересованность в реализации проектов формирования комфортной среды в городах и сельской местности, что улучшает условия проживания не только туристов, но и местных жителей.

Вместе с тем увеличение числа туристов на территории приводит и к ряду негативных последствий:

- рост количества посещений дестинации приводит к повышению антропогенной нагрузки на территорию, в том числе из-за потребительского отношения туристов к месту проведения отдыха, что приводит к ухудшению экологической ситуации;

- популярность территории как места отдыха приводит к росту стоимости недвижимости в дестинации, что снижает возможность приобретения собственного жилья для местных жителей;

- использование туристами инфраструктурных объектов совместно с местными жителями (общественный транспорт, общественное питание, объекты досуга и др.) приводит к недовольству местных жителей из-за возникновения очередей, пробок, проблем с парковками и других последствий появления туристов в дестинации, что особенно ярко проявляется в высокий туристический сезон;

- появление в дестинации туристов с более высоким уровнем благосостояния, чем у местных жителей, может привести к росту криминальных происшествий, связанных с кражами, грабежами и другими преступлениями против туристов;

- увеличение числа вакансий в сфере туризма и сопутствующих отраслей может привести к перекосу перераспределения рабочей силы на региональном рынке труда, что приведет к диспропорциям в условиях возможного резкого падения спроса на рынке и/или ограничений, подобных тем, которые наблюдались во время пандемии COVID-19;

- строительство объектов туристской инфраструктуры изымает из хозяйственного оборота часть территории дестинации, в том числе привычные места отдыха местного населения (например, так называемые «дикие пляжи» и другие подобные рекреационные места), что может приводить к недовольству жителей дестинации.

При существенном увеличении туристского потока может наблюдаться овертуризм, т.е. ситуация, когда количество туристов превышает предельные антропогенные нагрузки на территорию. Поэтому необходимо развивать туризм на основе стратегических подходов, в том числе с учётом возможностей мастер-планирования территории. Развитие туризма с учетом требований устойчивости может снизить негативные эффекты и усилить позитивные эффекты от роста туристского потока.

Распределим регионы СЗФО по уровню туристского потока по данным официальной статистики в табл. 2.1.8. Показатели туристского потока появились в официальной статистике только с 2022 г., поэтому можно провести анализ только за 2022–2023 гг.

Логично, что в число национальных лидеров по туристскому потоку входят Ленинградская область и Санкт-Петербург. При этом

можно видеть, что туристский поток в Ленинградской области превышает турпоток Санкт-Петербурга в 1,87 раза в 2022 г. и в 1,53 раза в 2023 г. Возможно, данное превышение обусловлено проблемами двойного счета, т.к. туристский поток считается по количеству туристских поездок. Тем не менее, Ленинградская область сохранила в 2023 г. величину туристского потока, однако опустилась в рейтинге регионов на одно место.

Таблица 2.1.8

**Туристский поток (по числу туристских поездок) регионов СЗФО<sup>149</sup>**

Субъект РФ	Туристский поток		Место в рейтинге		Изменения	
	2022	2023	2022	2023	%	место
Ленинградская область	15205197	15247279	3	4	0,28	-1
Санкт-Петербург	8129585	9944699	5	5	22,32	0
Вологодская область	1112103	1162648	27	32	4,54	-5
Новгородская область	1108949	1447165	28	23	30,5	+5
Псковская область	1014754	1144938	30	34	12,83	-4
Калининградская область	685570	1348752	42	26	96,73	+16
Республика Карелия	617806	1616153	47	22	161,6	+25
Республика Коми	435112	314105	48	75	-27,81	-27
Мурманская область	572946	629959	61	54	9,95	+7
Архангельская область	517315	805466	65	49	55,7	16
Ненецкий АО	17628	24824	86	86	40,82	0

Среди регионов с наиболее сильным ростом величины туристского потока – Республика Карелия (рост 161,6% в 2023 г.), что подняло регион сразу на 25 мест в рейтинге, Калининградская область (рост 96,73% в 2023 г.), что позволило подняться на 16 мест в рейтинге, Архангельская область (55,7%) также поднялась на 16 мест. Несмотря на то, что Ненецкий АО увеличил туристский поток на 40,82%, это не позволило региону повысить свое место в рейтинге, т.к. абсолютные величины туристского потока остаются невысокими.

Среди регионов, положение которых ухудшилось, можно выделить только Республику Коми, туристский поток в которой снизился в 2023 г. на 27,81%. Данное снижение «отбросило» регион на 75 место.

Анализ туристского потока показывает, что для большинства регионов СЗФО туризм становится важным элементом социально-экономического развития субъектов РФ, поэтому необходимо изучать и прогнозировать влияние развития отрасли на устойчивое развитие региона.

Рассмотрим рэнкинги устойчивого развития туризма в регионах СЗФО по данным Национального Рейтингового Агентства (далее – НРА). Исследователи отмечают, что большинство показателей, по которым можно судить о степени реализации целей устойчивого разви-

<sup>149</sup> Туристский поток (по числу туристских поездок). URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/61922> (дата обращения: 11.05.2024).

тия, отсутствует в официальной статистике. В рейтинге был использован подход, похожий на представленный в рэнкинге МГИМО'23<sup>150</sup> с выделением 33 показателей в 4 блоках. Но количество показателей в представленных компонентах различно (рис. 2.1.5).

В табл. 2.1.9 представлены результаты рэнкинга устойчивого развития сферы туризма по данным Национального Рейтингового Агентства.

Из табл. 2.1.9 видно, что наивысшие места в рэнкинге занимает Санкт-Петербург как регион с наиболее устойчивой сферой туризма, при этом мегаполис в 2023 г. достиг первого места в рейтинге, обойдя все остальные субъекты РФ. Наибольших изменений в повышении индекса устойчивого развития туризма достигли Новгородская область, увеличившая значение индекса на 25,58%, Калининградская область (значение индекса +21,95%) и Ленинградская область (+20,19% к индексу устойчивого развития туризма). Существенных изменений места в общем рэнкинге достигли такие регионы, как Новгородская область (с 57 до 31 места), Ленинградская область (с 53 до 33 места) и Калининградская область (с 19 до 6 места).

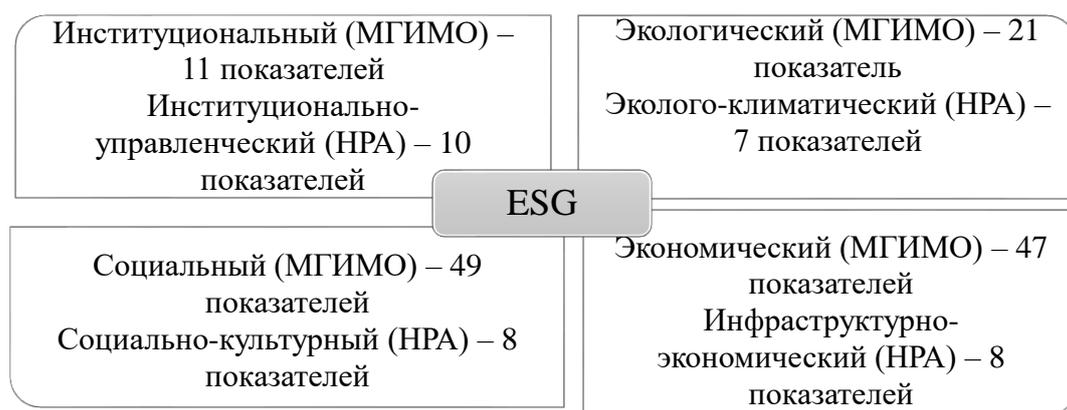


Рис. 2.1.5. Показатели для составления рэнкинга устойчивого развития регионов

Снизили свои позиции в рэнкинге устойчивого развития туризма Республика Коми и Республика Карелия, которые «упали» соответственно на 49 и 8 мест. Однако даже небольшое изменение ESG-индекса может привести к существенным сдвигам в занимаемом месте. Примером может служить Архангельская область, которая при изменении индекса на 0,97% сдвинулась на 15 мест в рэнкинге.

Проведем сравнения мест регионов в устойчивом развитии в целом и устойчивом развитии туризма, а также в распределении по туристскому потоку (табл. 2.1.10). Из-за отсутствия всех данных за 2023 г. сравнительный анализ будет производиться по информации 2022 г.

<sup>168</sup> Рэнкинг МГИМО регионов РФ '23 по достижению ЦУР ООН'23 по достижению ЦУР ООН. URL: <https://mgimo.ru/upload/2023/10/russia-esg-ranking-23.pdf> (дата обращения: 11.05.2024).

Таблица 2.1.9

**Рэнкинг устойчивого развития туризма в 2022–2023 гг.**

Субъект РФ	ESG-индекс		Место в рэнкинге		Изменения	
	2022 <sup>151</sup>	2023 <sup>152</sup>	2022	2023	%	место
Ленинградская область	0,406	0,488	53	33	+20,19	-20
Санкт-Петербург	0,681	0,726	2	1	+6,61	-1
Вологодская область	0,399	0,459	55	43	+15,04	-12
Новгородская область	0,391	0,491	57	31	+25,58	-26
Псковская область	0,537	0,55	8	15	+2,42	7
Калининградская область	0,492	0,6	19	6	+21,95	-13
Республика Карелия	0,458	0,353	29	78	-22,9	49
Республика Коми	0,33	0,3	77	85	-9,09	8
Мурманская область	0,52	0,6	11	6	+15,38	-5
Архангельская область	0,511	0,506	12	27	-0,97	15
Ненецкий АО	0,333	0,375	76	75	+12,61	-1

Из табл. 2.1.10 видно, что минимальные различия между рейтингами устойчивого развития региона в целом и устойчивого развития туризма в регионе наблюдаются только у Санкт-Петербурга. Во всех рейтингах и рэнкингах мегаполис находится в первой пятерке, оставаясь туристически привлекательным городом и, развиваясь, реализует в той или иной степени показатели устойчивого развития.

Хорошие показатели у Калининградской области – при относительно высоком показателе устойчивого развития региона (12–15 место в разных рейтингах) регион занимает 19 место по устойчивости развития туризма при достаточно низком уровне туристского потока (42 место).

Таблица 2.1.10

**Сводный анализ распределения мест в рейтингах и рэнкингах**

Регион	УР региона			Туризм	
	SGM	НРА	МГИМО	Тур. поток	УР туризма
Республика Карелия	64	83	58	47	29
Республика Коми	60	72	54	48	77
Архангельская область	68	31-32	69	65	12
Вологодская область	42	39	11	27	55
Калининградская область	12	14	15	42	19
Ленинградская область	7	22	22	3	53
Мурманская область	17	55	13	61	11
Новгородская область	41	51	17	28	57
Псковская область	72	84	57	30	8
Санкт-Петербург	2	5	4	5	2
Ненецкий АО	31	46	47	86	76

В СЗФО есть регионы, которые в рейтинге устойчивого развития туризма находятся на более высоком месте, чем в рейтинге УР субъек-

<sup>151</sup> Рэнкинг устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах РФ. URL: [https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking\\_tur\\_2022.pdf](https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking_tur_2022.pdf) (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>152</sup> Рэнкинг устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах РФ. URL: [https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2024/01/rjenking\\_ustojchivogo\\_razvitija\\_turizma\\_regiony\\_rf\\_nra\\_17.01.2024.pdf](https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2024/01/rjenking_ustojchivogo_razvitija_turizma_regiony_rf_nra_17.01.2024.pdf) (дата обращения: 11.05.2024).

ектов РФ. Это Республика Карелия, Архангельская область, Мурманская область и Псковская область. Это может свидетельствовать о том, что стратегическое развитие туризма на региональном уровне проходит с учетом требований устойчивого развития, хотя туристский поток в 2022 г. в данных регионах был достаточно низкий (только Псковская область находится на 30 месте по величине туристского потока, остальные выделенные регионы находятся в нижней половине рейтинга).

Наиболее низкие показатели устойчивости туризма можно наблюдать в Республике Коми (77 место) и Ненецком АО (76 место), хотя в целом регионы не опускаются ниже 72 и 47 места соответственно. Данное положение показывает, что регионы не уделяют внимания необходимости соблюдения требований устойчивого развития в туристической деятельности. И если для Ненецкого АО это не столь значимо (регион находится на последнем месте по численности туристского потока), то для Республики Коми данная ситуация свидетельствует о проблемах в стратегическом планировании туризма в регионе.

У таких регионов, как Вологодская область, Ленинградская область и Новгородская область довольно низкие показатели устойчивости туризма (55, 53 и 57 место соответственно) при значительно более высоких уровнях туристского потока, особенно у Ленинградской области, занимающей 3 место по количеству туристских поездок. При относительно высоком уровне устойчивости субъекта РФ в целом (7 и 22 места в различных рейтингах) по устойчивости туризма регион находится только на 53 месте.

Вологодская и Новгородская область демонстрируют схожую динамику показателей: при большом разбросе показателей устойчивости региона (от 11 до 42 места в Вологодской области и от 17 до 51 места в Новгородской области), данные области демонстрируют близкие значения туристского потока (27 и 28 место соответственно) и показателей устойчивого развития туризма (55 и 57 место). При довольно большом туристском потоке в Вологодской и Новгородской областях вопросам устойчивого развития туризма уделяется недостаточно внимания.

Проведенный анализ позволяет сделать вывод, что регионы СЗФО показывают различные результаты в соблюдении требований устойчивого развития регионов в целом и туризма в частности. В целом можно сказать, что только Санкт-Петербург по результатам всех рассмотренных рейтингов и рэнкингов уделяет большое внимание устойчивости социально-экономического развития мегаполиса и устойчивому развитию туризма в условиях восстановления туристского потока после пандемии COVID-19. Остальные субъекты СЗФО

демонстрируют противоречивые результаты, что находит отражение в распределении регионов в рейтинговых списках. Существенный разброс мест свидетельствует, скорее, об уделении внимания отдельным показателям в оценке УР, чем реализации стратегических подходов к устойчивости развития.

Для соблюдения требований УР в туризме можно рекомендовать уделять больше внимания туристской инфраструктуре, т.к. многие показатели для оценки устойчивости развития туризма включают характеристики инфраструктурных объектов.

## **2.2 Инновационные тренды в туризме в контексте устойчивого развития территорий**

Сфера туризма в современной социально-экономической системе развивается весьма динамично, быстро возникают и проходят апробацию новые подходы к предоставлению услуг, вовлекаются новые целевые группы потребителей, трансформируются традиционные маршруты, туристские дестинации, что формирует разнонаправленные инновационные тренды туристской деятельности как в мире, так и в нашей стране.

Согласно Й. Шумпетеру, можно выделить несколько видов инновационной деятельности:

- вывод на рынок товара или услуги, которой не было раньше;
- производство товара или услуги с использованием новых технологий по сравнению с конкурентами;
- открытие новых рыночных ниш;
- получение и применение нового источника ресурсов, который еще, возможно, не используют другие участники рынка или используют в очень ограниченном объеме;
- совершенствование организации деятельности<sup>153</sup>.

В работе В.Н. Рудченко, где представлен достаточно полный обзор трансформации взглядов на инновации в теории, отмечено, что «Н.Ж. Фосс, С.М. Линцберг доказывают, что определение «инновация», данное Й. Шумпетером, не является универсальным, так как в сфере услуг инновации надо рассматривать более расширенно, учитывая особенности и отличия услуг от товаров»<sup>154</sup>.

Инновации в сфере туризма могут быть связаны:

- с новыми организационными решениями в сфере туризма, мето-

<sup>153</sup> Фурсов К. Как инновации из состава преступления превратились в формулу успеха // Новости свободного общения в НИУ ВШЭ. URL: <https://www.hse.ru/news/communication/155615756.html> (дата обращения: 29.03.2024).

<sup>154</sup> Рудченко В.Н. Инновации в туризме и построение подхода по их оценке // Ученые записки Санкт-Петербургского университета технологий управления и экономики. 2014. № 4 (48). С. 60–69. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/innovatsii-v-turizme-i-postroenie-podhoda-po-ih-otsenke> (дата обращения: 29.03.2024).

дами и формами управления сферой туризма;

- с формированием и выводом на рынок нового турпродукта, нового маршрута, в том числе на основе инновационной модификации существующего;

- с использованием инновационных технологий, включая ИТ-технологии, в процессе предоставления туристских услуг;

- с нововведениями в составные элементы турпродукта, в частности, в средства размещения, экскурсионное обслуживание, что позволяет открыть новые рыночные ниши;

- новыми подходами к развитию туристских дестинаций, что позволяет вовлечь в оказание туристских услуг новые ресурсы, в том числе человеческий капитал, а также новые территории;

- с новыми методами обслуживания как в процессе приобретения турпродукта, так и при его реализации;

- с инновационной деятельностью в объектах туристской инфраструктуры, которые могут быть вовлечены в оказание туристских услуг в рамках турпродукта, а также предоставлять услуги самостоятельным путешественникам;

- с освоением новых рынков и др.

В текущий период поддержке внутреннего туризма в нашей стране уделяется огромное внимание со стороны федеральных и региональных органов власти. Продлено действие национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства», выделены существенные объёмы финансирования как на поддержку крупных объектов туристской инфраструктуры, так и на развитие малого и среднего бизнеса. Так, предполагается, что за 2023–2024 гг. финансирование проекта составит около 100 млрд. руб. Стоит задача довести количество турпоездок до 140 млн, что, по сути, означает вовлечение в сферу туризма всего населения нашей страны. Уже готовы инвестиционные проекты, связанные с развитием средств размещения (свыше 90 проектов ожидают выделения государственной поддержки через Министерство экономического развития), а также планируется строительство аквапарков.

В послании Федеральному собранию в феврале 2024 г. Президент РФ отметил ряд направлений, которые в том числе определяют возможности инновационной деятельности:

- реализация проекта «Пять морей», который предполагает строительство круглогодичных курортов на морях (Каспийское, Балтийское, Чёрное, Азовское, Японское), а также курорта на озере Байкал с полным соблюдением экологических требований; предполагается, что турпоток увеличится на 10 млн человек в год;

- модернизация аэропортов страны, которая сделает более комфортными и доступными пассажирские перевозки, способствуя тем

самым инфраструктурному обеспечению внутреннего туризма на основе повышения интенсивности авиаперелетов;

- создание к 2030 г. на базе национальных парков инфраструктуры экологического туризма, которая может быть, в том числе, использована для детского и молодежного туризма;

- развитие высокоскоростного автомобильного движения, которое, как предполагается, свяжет различные регионы страны вплоть до Владивостока;

- повышение качества как федеральных, так и региональных автомобильных дорог;

- модернизация внутренних водных путей;

- строительство высокоскоростных магистралей, первой из которых станет ВСМ Москва-Санкт-Петербург, с остановками в Твери и Великом Новгороде<sup>155</sup>.

Представляется, что данные направления изменений в экономике страны создают благоприятную внешнюю среду для инноваций в туризме.

Инновационные тренды в туризме объективно связаны с достижениями целей устойчивого развития в формулировке ООН, а также устойчивым развитием самого туризма, предполагающего комплексное воздействие на территории.

Надо отметить, что первоначальный импульс развитию внутреннего туризма дала пандемия, затем – санкционное давление на нашу страну, заметно сократившие возможности заграничного отдыха. Отдельные направления туризма и территории показывают значительный прирост турпотока. Так, например, Интерфакс-Туризм со ссылкой на Сбераналитику приводит данные о заметном увеличении турпотока в 2023 г. в регионы Северного Кавказа (более чем на 100% – в Чеченскую республику, на 85% – в Дагестан; более чем на 70% – в Карачаево-Черкесию). А в целом за 9 месяцев 2023 г. количество поездок составило 115 млн<sup>156</sup>. Это приводит к росту конкуренции между различными регионами, туристскими дестинациями, турфирмами. Соответственно, инновационные предложения на рынке туристских услуг становятся конкурентными преимуществами. Кроме того, развитие инноваций в туризме позволяет снизить остроту проявления проблемы избыточного туризма (овертуризма) для популярных объектов и территорий, способствуя более равномерному распределению туристского потока и достижению целей устойчивого развития.

---

<sup>155</sup> Послание Президента Федеральному собранию РФ 29.02.2024 // Государственная Дума: офиц. сайт. URL: <http://duma.gov.ru/news/58905/> (дата обращения: 20.03.2024).

<sup>156</sup> Лидерами по росту турпотока в России в 2023 году стали регионы Северного Кавказа // Интерфакс-Туризм. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/104334/> (дата обращения: 11.05.2024).

Рассмотрим подробнее ряд инновационных направлений развития услуг в сфере туризма.

В настоящее время возрастает интерес к так называемому «медленному туризму». Медленный туризм (slowtravel) – это туризм, который связан с медленным темпом потребления туристского продукта. Данные опросов подтверждают наличие спроса на такие турпродукты. Так, по результатам исследования Сбераналитики, более 50% опрошенных жителей России хотели бы в период отпуска отдохнуть от суеты, причем запрос на «замедление» ритма жизни и релакс выше у молодёжи и людей с высоким уровнем дохода<sup>157</sup>.

Медленный туризм вызывает всё больший интерес у потребителей. Его сущность связана с осознанным потреблением и может быть рассмотрена в рамках концепции устойчивого туризма. Прогнозируется рост популярности продаж продуктов данного вида туризма по сравнению с традиционными поездками не менее, чем на 10% в год<sup>158</sup>. Термин «медленный» означает отсутствие спешки в процессе потребления туристского продукта, «гонки» за количеством достопримечательностей, необходимых к осмотру. Зачастую медленный туризм предполагает использование экологичных средств передвижения в ущерб возможной скорости (пешеходные, велосипедные туры, передвижение на вёсельных лодках и т.п.). М.Д. Сущинская приводит в пример платформу BuWay, на базе которой возможна организация путешествий без авиаперелетов<sup>159</sup>.

Медленный туризм можно рассматривать также как способ организации туров в традиционных областях (экологических, культурно-познавательных, оздоровительных и других туров), где реализуется принцип «замедления», создается атмосфера «включенного проживания» или «сопереживания», «погружения». Особенно востребованным становится такой вид отдыха и досуга у жителей крупных агломераций, мегаполисов. В этом смысле медленный туризм ориентирован на принципы устойчивого развития ООН, связанные с бережным отношением к окружающей среде.

Можно привести примеры попыток реализации концепции медленного туризма на практике. Это, в первую очередь, связано с негативными последствиями овертуризма (избыточного туризма) для природы и местного населения. Так, министерство туризма Кипра

---

<sup>157</sup> Лидерами по росту турпотока в России в 2023 году стали регионы Северного Кавказа // Интерфакс-Туризм. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/104334/> (дата обращения: 11.05.2024).

<sup>158</sup> Сущинская М.Д. Медленный туризм: координаты и факторы развития в условиях пандемии Covid 19 // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2021. № 3 (11). С. 21–24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/medlennyy-turizm-koordinaty-i-factory-razvitiya-v-usloviyah-pandemii-covid-19> (дата обращения: 30.03.2024).

<sup>159</sup> Там же.

еще в 2022 г. заявило о выборе курса на предложение модели неторопливого изучения достопримечательностей и природных красот острова. Некоторые шаги по сокращению количества туристов, заезжающих в какие-либо популярные объекты на один день, предпринимает Венеция, вводя плату за вход в город для тех, кто не предусматривает там ночёвок (от 3 до 9 евро с человека в зависимости от загруженности города)<sup>160</sup>.

Актуальным направлением развития отрасли в настоящее время выступает автомобильный туризм, чему в том числе способствует обширная территория страны.

Упомянутый выше опрос Сбераналитики<sup>161</sup> показал, что почти половина опрошенных выбирает для путешествия личный автомобиль, и можно предположить, что по мере развития сетей высокоскоростных автомобильных дорог интерес к путешествиям подобного рода будет возрастать. И это своего рода вызов для турфирм, которым необходимо задуматься о конфигурации турпродукта, интересного туристам, отправляющимся в поездку на собственном автомобиле. Здесь одним из инновационных трендов является караванинг. Хотя он начал развиваться в России еще в начале 2000-х годов, популярность он стал набирать в последние годы, есть специализированные предприятия, работающие в данном сегменте. Президент «Лиги караванеров» отметил, что, например, заказы предприятия «Фисташкатрейлер» (Ростов-на-Дону), которое производит индивидуализированные прицепы, расписаны на два года вперед<sup>162</sup>.

Караванинг предполагает не просто передвижение на автомобиле до пункта назначения (туристской дестинации). Это путешествие с домом на колесах, при этом по пути следования предусматриваются относительно длительные остановки для осмотра природных или иных достопримечательностей. Ночевки в автодоме решают вопросы переполненности (нехватки) гостиниц и иных мест размещения, позволяют добиться экономии средств на поездку. В то же время, это снижает спрос на традиционные услуги турагентств. Караванинг может быть организован с использованием полноценного дома на колесах, переоборудованного для ночлега прицепа, специального модуля в пикапе, прицепа-палатки. В широком смысле индустрия караванинга объединяет в себе специализированные многофункциональные кем-

---

<sup>160</sup> Медленный туризм: почему превращать отпуск в гонку не лучшая идея // РБК: РБК тренды. 27.09.2023. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/642bda3b9a7947321f2b9870?from=copy> (дата обращения: 30.03.2024).

<sup>161</sup> Лидерами по росту турпотока в России в 2023 году стали регионы Северного Кавказа // Интерфакс-Туризм. 06.12.2023. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/104334/> (дата обращения: 30.03.2024).

<sup>162</sup> Караваны идут по России: что такое караванинг и почему он так популярен? // Объясняем.РФ. 09.08.2022. URL: [https://объясняем.рф/articles/useful/karavany\\_idut\\_po\\_rossii\\_chno\\_takoe\\_karavaning\\_i\\_pochemu\\_on\\_tak\\_populyaren/](https://объясняем.рф/articles/useful/karavany_idut_po_rossii_chno_takoe_karavaning_i_pochemu_on_tak_populyaren/) (дата обращения 10.03.2024).

пинги, туристические организации, предприятия-производители автодомов, прицепов, другого оборудования для караванеров, станции обслуживания.

Караванинг позволяет сочетать в себе различные виды туризма – культурно-познавательный, спортивный, оздоровительный, пляжный и другие. В такое путешествие можно взять с собой необходимое оборудование, в том числе для экстремального туризма, а также домашних питомцев, велосипеда, самокаты и другие вещи для активного отдыха.

Специалисты отмечают, что в настоящее время наиболее распространены поездки автопутешественников по маршрутам, на которых есть проверенные и оборудованные кемпинги, интересные достопримечательности, при этом продолжительность поездки составляет, как правило, не более десяти дней (такие условия, например, созданы в Республике Карелия, Башкортостане, Хакасии, Калмыкии). В то же время есть потенциал у регионов, прилегающих к Байкалу, на Алтае. Однако для этого необходима соответствующая инфраструктура.

Отметим, что есть позитивный опыт формирования качественного придорожного сервиса в Башкирии, который предложил масштабировать премьер-министр на совещании, посвященном индустрии туризма и гостеприимства, поскольку в регионе разработаны соответствующие региональные стандарты<sup>163</sup>.

В мае 2023 г. ВЦИОМ провел опрос населения, который показал, что «более трети россиян за последние пять лет совершали туристические поездки на автомобиле (39%). Несмотря на расширение услуг по аренде транспортных средств, пока россияне отдают предпочтение собственному автомобилю (35%), арендованным – только 4% (в группе 25-34-летних – вдвое больше (8%))»<sup>164</sup>.

Согласно результатам опроса российских автопутешественников, иерархия преимуществ автомобильного путешествия выглядит следующим образом (рис. 2.2.1).

С учетом достаточно хорошего потенциала и доступности данного вида отдыха, в последнее время активно велась разработка концепции автомобильного туризма<sup>165</sup>. В начале мая появились сообщения о том, что Концепция развития автомобильного туризма до 2035 года прошла утверждение, целями Концепции названы «создание комфортных условия для путешествий по автодорогам и повышение доступности

---

<sup>163</sup> Мишустин предложил масштабировать опыт Башкирии по придорожному сервису // РБК. Башкирия. 26.07.2023. URL: <https://ufa.rbc.ru/ufo/26/07/2023/64c0d6049a79472ca6c59b01> (дата обращения: 10.03.2024).

<sup>164</sup> Автотуризм в России: возможности и проблемы // ВЦИОМ Новости. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy> (дата обращения: 16.05.2024).

<sup>165</sup> Караванинг в России: почему путешествия с автодомом набирают популярность // РБК. 01.08.2023. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64c8ceaf9a79474dd257eee8?from=copy> (дата обращения: 10.03.2024).

туристических объектов»<sup>166</sup>. Реализация Концепции предусматривает два этапа.



Рис. 2.2.1. Ключевые преимущества и причины выбора автомобильного путешествия (составлено по данным опроса ВЦИОМ)

На первом этапе (2024–2025 гг.) планируется разработка комплексной программы и плана мероприятий развития автотуризма, формирование интерактивной карты-схемы автомобильных маршрутов с нанесением объектов размещения и придорожного сервиса.

Второй этап рассчитан на десять лет и предполагает реализацию конкретных мер по развитию туристской инфраструктуры автотуризма с государственной поддержкой, которая позволит значительно расширить географию маршрутов, комфортность путешествий, включая удобные парковки, автозаправочные станции, кемпинги и стационарные объекты размещения, сеть дорог, обеспечивающих проезд к достопримечательностям, точки питания разного класса и прочее. Также предусматривается обеспечение обратной связи от автопутешественников, позволяющей более объективно оценивать качество обслуживания на всех элементах маршрута. Кроме того, для развития автотуризма Российский союз туриндустрии предлагает сформировать федеральный проект строительства многофункциональных комплексов для автотуристов.

Реализация Концепции, помимо воздействия непосредственно на сферу туризма, также будет формировать предпосылки для роста эко-

<sup>166</sup> В России утверждена Концепция развития автомобильного туризма до 2035 года // Интерфакс. 02.05.2024. URL: <https://www.interfax.ru/russia/958689> (дата обращения: 03.05.2024).

номики регионов за счёт транспортной инфраструктуры, а также способствовать решению социальных проблем сельских территорий, что позволяет рассматривать этот документ в качестве фактора положительного влияния на устойчивость регионального развития.

Востребованность автопутешествий способствует развитию цифровых платформ и информационных баз. Портал RVLand аккумулирует информацию по наличию кемпингов, возможным маршрутам для автомобильных путешествий, организациям и предприятиям, удовлетворяющим потребности автопутешественников<sup>167</sup>.

Например, при выборе фильтра «Ленинградская область» можно получить карту, на которой представлена информация о кемпингах и дано их краткое описание (рис. 2.2.2). Информация портала постоянно дополняется.

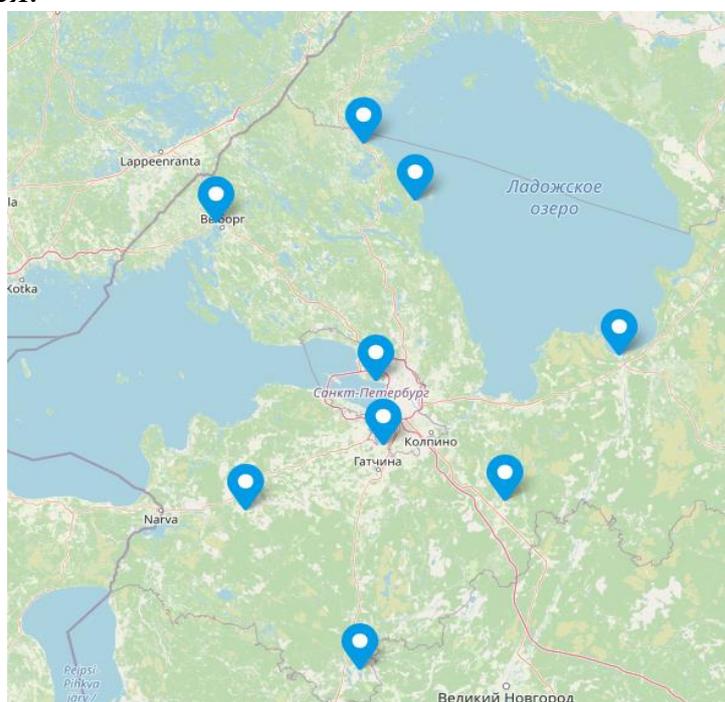


Рис. 2.2.2. Автокемпинги Ленинградской области (по данным портала RVLand)

Одной из проблем караванинга является доступность «домов на колесах», и здесь может быть привлечен отечественный автопром. Так, исследования показывают, что в случае доступности цен автодом были бы готовы приобрести свыше 70% автопутешественников. При этом возраст таких туристов – преимущественно от 25 до 34 лет (более 80%), а также семьи из 4 человек и более<sup>168</sup>.

Также караванинг и автопутешествия требуют наличие эффективного и качественного ремонтного сервиса, что можно пока найти не во всех регионах.

<sup>167</sup> RVLand: Информационный портал про автопутешествия. URL: <https://rvland.ru/> (дата обращения: 16.06.2024).

<sup>168</sup> Автотуризм в России будут развивать с учетом караванеров. URL: <https://ria.ru/20231115/avtoturizm-1909448914.html> (дата обращения: 10.03.2024).

В 2017 г. была создана Общенациональная ассоциация автотуризма и караванинга<sup>169</sup> для развития индустрии автотуризма в нашей стране. Ассоциация активно содействует формированию необходимых условий для данной отрасли туризма, в том числе для путешественников с ограниченными возможностями здоровья, целью её деятельности является создание единой автотуристской сети в России. В перспективе планируется создание отечественной навигационно-информационной сети, ориентированной на водителей, что требует использования цифровых инноваций.

Инновационный характер имеет креативный туризм. «В 2006 году ЮНЕСКО дало определение креативному туризму: «креативный туризм – это туризм, направленный на получение путешественниками опыта с активным обучением искусству, изучением культурного наследия или других культурных особенностей места пребывания»<sup>170</sup>. В 2014 г. вышел Отчёт ОЭСР, в котором была отражена тесная связь нематериальной культуры и развития туризма, большой потенциал интерактивного вовлечения туристов в «познание» достопримечательностей через личный опыт приобщения к культурным ценностям<sup>171</sup>. Важность данного вида туризма подчеркивает существование такой организации, как «The Creative Tourism Network» (Сеть креативного туризма), это международная некоммерческая организация по развитию креативного туризма во всем мире»<sup>172</sup>, она была сформирована в 2010 г. В деятельности организации особое внимание уделяется взаимосвязи развития туризма и местного сообщества.

Также можно выделить организацию, объединяющую города, которые реализуют творческий подход в своём развитии. «Сеть творческих городов», созданная ЮНЕСКО в 2004 году, сейчас объединяет 295 городов из 80 стран мира по одному из семи направлений: гастрономия, декоративно-прикладное искусство и народное творчество, дизайн, кинематография, литература, медиаискусство (цифровое искусство) и музыка. В сеть креативных городов уже вступили четыре российских города: Ульяновск («Город литературы» с 2015 года), Каргополь («Город ремесел и народного творчества», 2019 год), Казань («Город музыки», 2019 год), Санкт-Петербург («Город гастрономии», 2021 год)»<sup>173</sup>.

---

<sup>169</sup> Общенациональная ассоциация автотуризма и караванинга. URL: <https://automototravel.com/> (дата обращения: 10.03.2024).

<sup>170</sup> Креативный туризм: что это и почему он может помочь развитию сообществ в Кыргызстане. URL: <https://www.undp.org/ru/kyrgyzstan/stories/kreativnyy-turizm-cto-eto-i-pochemu-mozhet-pomoch-razvitiyu-soobschestv-v-kyrgyzstane> (дата обращения: 15.04.2024).

<sup>171</sup> OECD Studies on Tourism. Tourism and the Creative Economy. OECD, 24.07. 2014 г. // The Creative Tourism Network. URL: <https://www.creativetourismnetwork.org/presentation/> (дата обращения: 10.04.2024).

<sup>172</sup> Там же.

<sup>173</sup> Ракуль Е. Новый вид туризма обеспечит незабываемые эмоциональные переживания // Российская

Отметим, что в 2023 г. этот список в номинации «Музыка» пополнился таким городом, как Великий Новгород (единственный победитель из России)<sup>174</sup>. Соответственно, власти города планируют развитие событийных мероприятий в сфере музыки, в том числе в интерактивной форме, которые будут привлекать туристов. Как отмечают эксперты, «на Новгородчине не только проводятся фестивали, посвященные творчеству Рахманинова, но и работает Центр музыкальных древностей имени Владимира Поветкина, где археологи и историки восстанавливают музыкальные инструменты, реализуется проект «Новгородское лето», включающий в себя совершенно разные по жанру музыкальные мероприятия, создан театр в средневековом стиле под открытым небом «Садко», и развиваются многие другие проекты»<sup>175</sup>.

В российских условиях импульс формированию и реализации идей креативного туризма придало принятие Концепции развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года<sup>176</sup>. Мировой опыт показывает, что ориентация на креативный туризм позволяет более полно вовлечь малый бизнес, ремесленников и народные промыслы, промышленные предприятия в создание новых привлекательных турпродуктов, повышает долю туристов, приезжающих на территории повторно, а также способствует преодолению проблемы сезонности.

Для внутреннего туризма креативный подход способствует появлению новых туристских аттракторов на территории и повышает конкурентоспособность региона. Последнее, в свою очередь, может помочь снижению остроты проблемы перегрузки известных туристических регионов, поскольку турпоток будет распределяться более равномерно. Исследователи отмечают: «Креативный туризм является инновационным, так как он стремится найти пути соединения прошлого, наследия, культуры места с современными потребностями, являясь богатым источником идей и стратегий, реализация которых возможна в любом заданном месте. Немаловажно, что важнейшая со-

---

газета. 2023. 4 июня. URL: <https://rg.ru/2023/06/04/reg-ufo/novyj-vid-turizma-obespechit-nezabyvaemye-emocionalnye-perezhivaniia.html> (дата обращения: 10.04.2024).

<sup>174</sup> Великий Новгород вошел в «Сеть творческих городов» ЮНЕСКО // ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/19179499> (дата обращения: 10.04.2024).

<sup>175</sup> Великий Новгород – единственный из России включен в Сеть творческих городов ЮНЕСКО: значение и эффект для города // Региональные комментарии. URL: <https://regcomment.ru/main/velikij-novgorod-edinstvennyj-iz-rossii-vklyuchen-v-set-tvorcheskih-gorodov-yunesko-znachenie-i-effekt-dlya-goroda/> (дата обращения: 10.04.2024).

<sup>176</sup> Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-п). URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 10.04.2024).

ставляющая креативного туризма – творчество, источник бесчисленных уникальных идей, событий, проектов, инноваций»<sup>177</sup>.

Потребители услуг креативного туризма также отличаются рядом характеристик: ориентация на активное взаимодействие в творческих пространствах в процессе художественной и иной деятельности (интерактивность); желание приобрести личный опыт знакомства с материальной культурой через нематериальную (практикоориентированность); проявление интереса не только к историческим фактам, событиям, достопримечательностям, но и к повседневной жизни дестинации, отличающей её от места постоянного проживания туриста (ориентация на впечатления); стремление приобретать и потреблять турпродукты с инновационной составляющей и постепенно отказываться от традиционных (инновационность); ориентация на разнообразие составляющих турпродукта в рамках одного путешествия – например, с элементами мастер-классов, экологического, гастрономического туризма (мультинаправленность); стремление поделиться в социальных сетях информацией о впечатлениях (цифровая свобода и открытость); высокие требования к качеству обслуживания и к содержанию деятельности на всех этапах путешествия (требовательность).

Креативный туризм предъявляет новые требования к комплексному благоустройству территорий, созданию общественных креативных пространств, что способствует повышению устойчивости развития городов и поселений.

Креативный туризм меняет содержание традиционных видов турпродуктов. Например, в гастрономическом туризме популярность набирает такая инновационная форма, как гастрономический театр. Как отмечено на сайте гастрономического проекта EffectX (Санкт-Петербург), «Effect X – это масштабное иммерсивное гастрономическое шоу. Проект задуман как открытый диалог между гостем, кухней и искусством в разных формах. Воздействуя на все чувства человека через музыку, театр, мультимедиа, световые эффекты и гастрономию, мы создаем иммерсивное пространство, где гость – и участник происходящего, и его творец»<sup>178</sup>. Инновационная форма гастрономических впечатлений привлекает гостей, которые хотят быть вовлеченными не просто в процесс приготовления и потребления блюд, но и получить уникальные впечатления от определенного культурного действа.

Особенностями таких гастрономических шоу является привлечение различных партнёров, например, для гастрономического шоу

---

<sup>177</sup> Квита Г.Н., Лучина Н.А., Аршинова А.Н. Креативный туризм как фактор развития российского туристского бизнеса // Современная конкуренция. 2022. № 1 (85). С. 29–40. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyy-turizm-kak-faktor-razvitiya-rossiyskogo-turistskogo-biznesa> (дата обращения: 16.04.2024).

<sup>178</sup> EffectX. URL: <https://effect-x.ru/> (дата обращения: 02.05.2024).

«Новый мир», проводимого шеф-поваром Андреем Ковалевым (TartarBar, Duoband) были приглашены Event Hall, TartarBar, Duoband, АЛТЭК – оснащение предприятий, Delicates Club, Restoclub, PartyTime, KRASOTAWATER. Винное сопровождение было организовано Alma Valley и Organika. Данный пример связан с высокой авторской кухней и ограничением числа участников (до 50 человек). Как отмечают авторы проекта, «наша ключевая аудитория понимает, что они получают здесь не просто ужин, а эмоции, увидят действие, которое развернется вокруг них — это погружение во что-то необычное, интересное, уникальное»<sup>179</sup>.

Если рассмотренное выше гастрономическое шоу строится на уникальности предложения, то гастрономический театр «Svet» работает на постоянной основе (бренд-шеф – Станислав Песоцкий, г. Москва). В зале царит театральная атмосфера, предусмотрено световое шоу, и всё это сопровождается особым гастрономическим опытом, при этом «блюда являются логическим продолжением каждой сюжетной линии спектакля»<sup>180</sup>.

Гастрономический туризм актуализирует проведение гастрономических фестивалей. В качестве примера можно привести мероприятие, которое состоялось в конце апреля 2024 г. в Санкт-Петербурге – гастрономический фестиваль в пространстве SENO «Все в SENO!», оно объединило не только мероприятия, связанные непосредственно с мастер-классами, предложениями разнообразных блюд от ресторанов-участников, но также насыщенную музыкальную программу и разнообразные развлечения<sup>181</sup>. В фестивале были представлены гастропроекты ресторанов Санкт-Петербурга, а также ресторана Карелии.

Новая ниша развития индустрии отдыха – лагеря отдыха для взрослых (инновационная модификация услуг организации детского отдыха в оздоровительных лагерях для новой группы потребителей). В настоящее время на рынке туристских услуг есть целый ряд предложений загородного отдыха разной продолжительности для взрослых. Их концепция отличается также от традиционных молодежных лагерей. Предлагаются так называемые «взрослые» смены в разных вариантах<sup>182</sup>. В зависимости от варианта предлагаемый турпродукт может быть отнесен к разным видам туризма (спортивному, оздоровительному, культурно-познавательному и т.д.).

---

<sup>179</sup> Сеница Ю. Каким будет «Effect X Письмо»? 14.11.23 // Restoclub. URL: <https://www.restoclub.ru/review/chiefs/kakim-budet-effect-x-pismo> (дата обращения: 10.03.2024).

<sup>180</sup> Гастрономический театр Svet. URL: <https://svetshow.ru/ru/> (дата обращения: 02.05.2024).

<sup>181</sup> Гастрономический фестиваль «Все в SENO!» URL: <https://hullabaloo.ru/kuda-skhodit-v-peterburge-navyhodnye/gastronomicheskij-festival-vse-v-seno.html> (дата обращения: 02.05.2024).

<sup>182</sup> Полдник, дневной сон и песни у костра: 6 лагерей для взрослых. URL: <https://journal.tinkoff.ru/list/pioner-rebyatam-primer/> (дата обращения: 10.03.2024).

Пребывание в «лагере» может быть организовано в определенном месте (по аналогии с детским отдыхом), либо по сути представлять собой тур с передвижением, однако досуг участников при этом является организованным и объединенным общей идеей.

Один из вариантов – это лагерь отдыха с определенным направлением (например, лагерь йоги, лагерь художников и т.п.). В качестве примера можно привести лагерь для взрослых на Алтае, специализирующийся на эзотерическом опыте и процессах самореализации – More Amore Camp. Цена смены начинается от 45 тыс. руб., продолжительность разная, рекламируются смены как тематические туры. С 6 по 11 мая 2024 г. предлагается приехать на смену «Цветение сакуры», предполагающую посещение мест силы Алтая. Эта смена представляет собой тур с проживанием в разных локациях с тематическим наполнением и погружением в традиционный быт, верования и традиции народов Алтая. Об этом свидетельствует предлагаемая программа. Из программы тура: «День первый. <...> отправимся в гости к сказительнице Чийне, гостеприимно встречающей нас в национальной этно-юрте. Здесь мы проникнемся мировоззрением, культурой и традициями алтайского народа, узнаем об особенностях их жилища и предметах быта» ... День пятый. Завтракаем и отправляемся в гости к шаману. И на ближайшие пару часов мы погрузимся в мир шаманизма. Нас ждет камлание на бубне, медитативная игра на кому-се, окуривание священной травой Артыш....»<sup>183</sup>. В этом смысле такой продукт может быть отнесен к креативному туризму. Стоимость тура без перелета – 110 тыс. руб. (включает программу, завтраки, экскурсии, размещение, трансферы).

Отличием «лагеря» от обычного тура, как было отмечено выше, является организованный досуг и совместная деятельность: «Каждый день участники занимаются йогой, участвуют в психологических тренингах и игровых практиках, готовят творческие проекты в отрядах, а во время экскурсионных выездов устраивают фотосессии. Вечер заканчивается посиделками у костра с песнями, танцами, кинотеатром»<sup>184</sup> и другими мероприятиями.

Еще одна «взрослая» смена «в местах силы» – «Короли лета» (13.07.2024–21.07.2024)<sup>185</sup>. Стоимость без перелета 150 тыс. руб., здесь уже входит питание, а также «программа от кураторов по самореализации»). В качестве конкурентных преимуществ лагеря на его официальном сайте выделены такие, как: интересные кураторы смен

<sup>183</sup> MoreAmoreCamp: офиц. сайт лагеря. URL: [https://twosisterstrip.ru/sakura\\_2023](https://twosisterstrip.ru/sakura_2023) (дата обращения: 19.04.2024).

<sup>184</sup> Полдник, дневной сон и песни у костра: 6 лагерей для взрослых. URL: <https://journal.tinkoff.ru/list/pioner-rebyatam-primer/> (дата обращения: 10.03.2024).

<sup>185</sup> MoreAmoreCamp: офиц. сайт лагеря. URL: <https://moreamorecamp.ru/#smeny> (дата обращения: 19.04.2024).

(«режиссеры, актеры, йоги, музыканты, дизайнеры, фотографы»); ежесезонная смена тем; уникальные места размещения лагеря в горах. То есть это не просто инновационный продукт, руководство лагеря постоянно заботится об инновационности предлагаемого ассортимента услуг, что делает предложение уникальным.

Пример лагеря для взрослых творческой направленности – «Маяк», специализируется на обучении актерскому мастерству, есть программы с выездом. Например, в рекламе смены на конец весны–начало лета указано, что это «загородный camp с костром и крутой программой обучения»<sup>186</sup>. Лагерь работает с 2018 г., за это время провел более 100 смен.

Активно развиваются путешествия по железной дороге, Российские железные дороги предоставляют разнообразные маршруты, связанные с поездками в специальных туристических поездах. Для нашего рынка это инновационные предложения. Как указано на официальном сайте, компания «РЖД Тур» была создана в составе холдинга еще в 2005 г., и до 2011 г. её деятельность носила ограниченный характер (работа по запросу в сфере деловых поездок, организация чартерных перевозок). С 2011 г. компания вышла на туристский рынок и стала формировать комплексные предложения<sup>187</sup>. В железнодорожные путешествия включены территории и места, которые обладают уникальными качествами, в том числе элементы креативного туризма (например, участие в приготовлении и дегустации национальных блюд).

Во внутреннем туризме отдельно можно выделить путешествия на ретропоездах, а также новогодние туры для детей. Компания также развивает и въездной туризм, включающий, например, поездки по Транссибирской магистрали. Инновацией для делового туризма является возможность организовать «проведение конференций и бизнес-семинаров в поезде, организация деловых встреч, тимбилдинга и корпоративных туров»<sup>188</sup>. «РЖД Тур» не только предлагает готовые продукты, у туристов есть возможность формирования различных программ «под ключ», что заметно повышает гибкость предложения. «РЖД Тур» является туроператором. «Туристические маршруты, предлагаемые компанией, охватывали в 2022 г. 32 региона России: 19 областей, 5 краев и 8 республик, а также формировались туры в Беларусь. В 2022 г. «РЖД Тур» впервые стал не только туроператором и организатором перевозок, но и перевозчиком в туристических поездах. Один из известных железнодорожных круизов – «Жемчужина Кавказа». Маршрут следования: Москва / Ростов-на-Дону – Май-

---

<sup>186</sup> Творческий лагерь для взрослых МаякCamp. URL: <https://mayakcamp.ru/> (дата обращения: 19.04.2024).

<sup>187</sup> РЖД ТУР: офиц. сайт. URL: <https://rzdtour.com/o-kompanii> (дата обращения: 12.04.2024).

<sup>188</sup> Там же.

коп – Владикавказ – Грозный – Дербент / Махачкала – Нальчик – Ростов-на-Дону / Москва, рассчитан на 7 дней и 6 ночей. Предусматриваются остановки на дневное время для экскурсионной программы и ночные переезды, где поезд играет роль отеля. Цена железнодорожных билетов в купе – от 48 тыс. руб. Экскурсионные программы приобретаются отдельно от покупки билета на сам поезд. При этом можно приобрести как полную программу в пакете, так и экскурсии в отдельных точках остановки. Стоимость пакетного экскурсионного обслуживания во всех городах остановки составляет около 34 тыс. руб. (варьируется в пределах 2 тыс. руб. в зависимости от дат выезда). Цена отдельной экскурсии – от 6700 до 8100 рублей (места проведения экскурсий – Адыгея, Северная Осетия, Чеченская Республика, Дагестан (Сулакский каньон), Дагестан (Дербент), Кабардино-Балкария<sup>189</sup>).

Полное обслуживание круизного туристического поезда «Жемчужина Кавказа» позволило развить новый формат взаимоотношений с туристическим сообществом: как перевозчик компания предлагала рынку емкость поезда, и на ее основе туроператоры-партнеры смогли создать для своих туристов отдельные программы. Так, в сезоне 2022 г. на «Жемчужине Кавказа» путешествовали туристические группы не только компании «РЖД Тур», но и других туроператоров по 5 вариантам программ. Всего поезд совершил 21 рейс, в путешествия на нем отправились 3 958 человек<sup>190</sup>. За 2022 г. численность туристов составила 16,5 тысяч человек (рост на 60% по сравнению с 2021 г.).

Как отмечают специалисты, в настоящее время растет спрос на железнодорожные круизы, когда поезд состоит из «отелей-вагонов».

В настоящее время «РЖД-Тур» является не только туроператором, но и перевозчиком. В этом случае компания может: арендовать поезд с локомотивной бригадой, согласовывать расписание и график движения, реализовывать анимационный сервис по маршруту следования, оформлять поезд в соответствии с задачами поездки, нанимать персонал для обслуживания в сфере общественного питания<sup>191</sup>. В качестве примеров турпродуктов-круизов можно назвать следующие: «в 2022 году – «Белорусский вояж», круизы «В Сибирь» и «Культурный Петербург», в 2023 году – этно-гастрономический круиз «К винограду у моря», «В долину лотосов», «Русский Север», «Грушинский экспресс» из Санкт-Петербурга и из Москвы<sup>192</sup>. В связи с тем, что график поездов составлен на год вперед, более активно идет про-

---

<sup>189</sup> Стоимость экскурсионных туров и экскурсий РЖД «Жемчужина Кавказа». URL: <https://www.rzd.ru/ru/9315/page/103290?id=18768>(дата обращения: 19.04.2024).

<sup>190</sup> РЖД ТУР: офиц. сайт. URL: <https://rzdtour.com/itogideyatnosti> (дата обращения: 12.04.2024).

<sup>191</sup> «РЖД Тур» назвал самые популярные железнодорожные круизы по России. URL: <https://rzdtour.com/rzhd-tur-nazval-samyie-populyarnyie-zheleznodorozhnyie-kruizyi-po-rossii> (дата обращения: 16.04.2024).

<sup>192</sup> Там же.

даже туров через агентские сети, и такие туры начинают бронировать заблаговременно.

Самые популярные туристические поезда представлены на рис. 2.2.3.

Железнодорожные путешествия связаны также с концепцией «медленного» туризма, поскольку предполагают довольно значительное количество времени, проведенное в дороге (которая сама выступает как составляющая путешествия).

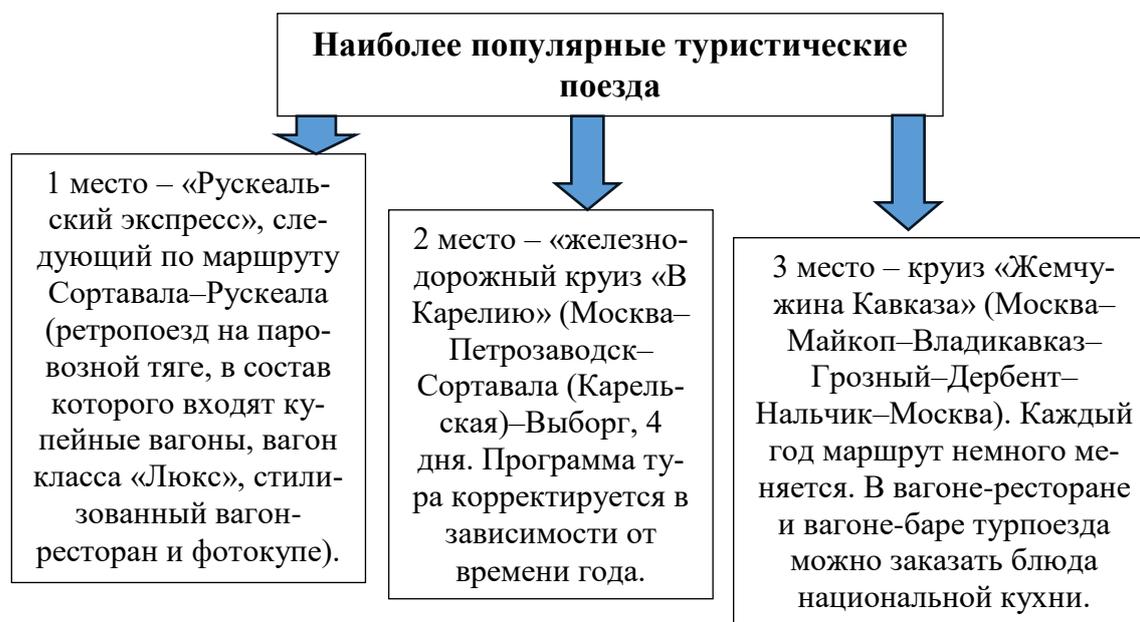


Рис. 2.2.3. Топ-3 самых популярных туристических поездов

Источник: сост. по данным<sup>193</sup>.

Стоит отметить и некоторые инновации, распространение которых носит в достаточной степени локальный характер.

Для развития туризма на территориях, где затруднено возведение стационарных объектов (например, в рекреационных зонах), используют переоборудованные под отели автобусы. Так, например, в Санкт-Петербурге старые маршрутки (около 800 штук) были переоборудованы для использования в качестве мобильного средства размещения. От самого автобуса остается только кузов, внутри создаются удобства для размещения туристов, в том числе происходит утепление конструкции, шумоизоляция. Для переоборудования, как отмечается, необходимо около одного месяца и примерно миллион рублей<sup>194</sup>. Пример типового переустройства автобуса типа ПАЗ – помещение 15 кв.м, две небольших комнаты, душ, туалет, небольшой кухонный уголок. Этот мобильный номер рассчитан на 4 человек. Такие номера на колесах используются на одном из фортов Кронштадта,

<sup>193</sup> Железный турпоток. Популярность железнодорожного туризма растет. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6028519> (дата обращения: 10.06.2024).

<sup>194</sup> В Петербурге старые маршрутки используют как отели // 24Мир. 09.08.2022. URL: <https://mir24.tv/news/16519127/v-peterburge-starye-marshrutki-ispolzuuyut-kak-oteli> (дата обращения: 16.04.2024).

услуга востребована спортсменами кайтбординга, вейкбординга, поскольку предполагает непосредственную близость к месту приобретения основной услуги, и данная категория гостей не предъявляет высоких требований к удобству. Цена за номер – около 4 тысяч, возможна аренда койко-места.

Подобные бизнес-проекты реализуются и за рубежом, и они имеют коммерческий успех. В Германии (Бонн) была осуществлена реконструкция территории старых складских помещений, и создано лофт-пространство, которое выполняет функции крытого кемпинга, где можно арендовать одно из средств размещения в автоприцепах (они используются также в караванинге), переоборудованных для проживания трейлерах, автобусах и даже старых железнодорожных вагонах – Base Camp Bonn Young Hostel. ОТЕЛЬ способен принять одновременно около 12 гостей, стоимость размещения относительно бюджетная (25-69 евро за одну ночь). Турист получает относительно изолированное проживание в оригинальном номере, сам отель декорирован в винтажном стиле, в том числе с использованием аутентичных вещей «с историей». Каждый из номеров – тематический (и соответствующим образом оформленный). Внутреннее пространство кемпинга устроено таким образом, чтобы создавать иллюзию хорошей погоды, а также имитировать освещением реальное время суток за пределами кемпинга, что создает у гостей впечатление отдыха под открытым небом. Есть и общественные зоны (ресторан, библиотека, зоны отдыха)<sup>195</sup>. В то же время перечень удобств ограничен, например, ванные комнаты – общие для всех постояльцев, ограничен самостоятельный доступ для людей с инвалидностью (хотя помогающий персонал есть). Длительное пребывание также не всегда возможно, поскольку пространство хостела часто используется для проведения тематических мероприятий (ярмарки, фестивали), и в этом случае номера бронируются под мероприятие. Возможно проведение конференций (имеется зал), предоставляются различные услуги (организации мероприятий, тимбилдинга, ведущего танцевальных мероприятий и др.)<sup>196</sup>

Общим для такого типа отелей является использование бывших в употреблении транспортных средств и их переоборудование под места для проживания гостей, гибкость изменений номерного фонда, как правило, общая идея, возможность индивидуализации номеров, узкий перечень удобств. Тем не менее, такие инновации обладают

---

<sup>195</sup> Base Camp Bonn Young Hostel // Redeveloper. URL: [https://redeveloper.ru/redeveloperskie-proekty/realise\\_actual/base-camp-bonn-young-hostel-redevelopment-skladskikh-pomeshcheniy-v-stile-vintazh/](https://redeveloper.ru/redeveloperskie-proekty/realise_actual/base-camp-bonn-young-hostel-redevelopment-skladskikh-pomeshcheniy-v-stile-vintazh/) (дата обращения: 16.04.2024).

<sup>196</sup> Base Camp Bonn Young Hostel: офиц. сайт отеля. URL: <https://www.basecamp-bonn.de/en/about-us/faq-en> (дата обращения: 16.04.2024).

коммерческим потенциалом. Также подобные отели могут стать средством обеспечения доступности гостиничных услуг и использоваться в различных направлениях туризма (например, в концепции креативного туризма, в событийном туризме), поскольку легко позволяют трансформировать пространство под необходимые задачи.

Новые перспективы приобретает инклюзивный туризм. Этот вид туризма имеет особое социальное значение, ряд специалистов рассматривает его как «инновационный метод реабилитации и восстановления благополучия человека»<sup>197</sup>. Исследователи Л.В. Ларченко, Н.Н. Чурилина, Т.Ю. Анисимов, А.М. Волков справедливо отмечают сложный, комплексный характер данного вида туризма, требующий усилий не только работников туристской отрасли (туроператоров, турагентов, отельеров) и т.д., но также вовлечения довольно широкого круга участников (волонтеров, социальных предпринимателей, педагогов и психологов). Представляется, что актуальность инклюзивного туризма будет возрастать, в том числе по мере относительного роста численности людей с инвалидностью, что прогнозируется Всемирной организацией здравоохранения. По данным ВОЗ, уже сейчас доля людей с инвалидностью составляет около 15%, и она будет расти в связи с тенденциями старения населения и увеличения продолжительности жизни<sup>198</sup>. В 2024 г. интерес к инклюзивному туризму со стороны экспертного сообщества усилился<sup>199</sup>. На Международной выставке «Интеграция 2024» состоялась дискуссия на тему «Инклюзивный туризм: состояние, перспективы, решения», в которой приняли участие представители туристической отрасли, Центр стратегических разработок, общества инвалидов и другие заинтересованные участники. Итогом дискуссии стал вывод о необходимости развития законодательства, подготовки кадров и адаптации Национальных туристических маршрутов с учётом инклюзии.

Развитие инклюзивного туризма способствует внедрению инновационных технологических решений в турпродукты. Об этом в том числе свидетельствует зарубежный опыт<sup>200</sup>. Так, например, канадская организация «Kéroul» оценивает здания и объекты индустрии туризма для получения сертификата доступности в Квебеке (с присвоением

---

<sup>197</sup> Ларченко Л.В., Чурилина Н.Н., Анисимов Т.Ю., Волков А.М. Инклюзивный туризм как инновационный метод реабилитации и восстановления благополучия человека // Инновации. 2021. № 1(267). С. 80–85. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/522649957.pdf> (дата обращения: 03.05.2024).

<sup>198</sup> Пятнадцать проектов, которые делают туризм доступным для всех. 27.09.21. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/615167b89a79470e708872be?from=copy> (дата обращения: 03.05.2024).

<sup>199</sup> Эксперты формируют подходы к развитию инклюзивного туризма в России // Центр стратегических разработок 10.04.24. URL: <https://www.csr.ru/ru/news/eksperty-formiruyut-podkhody-k-razvitiyu-inklyuzivnogo-turizma-v-rossii/> (дата обращения: 03.05.2024).

<sup>200</sup> Conde Shayna. Accessible tech is making travel more inclusive – and setting better standards for the hospitality industry. 25.10.23 // BusinessInsider. URL: <https://www.businessinsider.com/how-accessible-technology-helps-disabled-neurodivergent-travelers-2023-10> (дата обращения: 04.05.2024).

уровня доступности). Эти данные попадают на «веб-сайт BonjourQuebec, официальный веб-сайт совета по туризму Квебека, а также включаются в Quebecfor All, платформу с доступной для поиска базой данных из более чем 1800 доступных организаций сферы туризма»<sup>201</sup>. На этой цифровой платформе создана интерактивная карта для инклюзивных туристов, где собраны данные как по туристским объектам, так и по тем, которые находятся в непосредственной близости, что позволяет эффективно планировать путешествия и разрабатывать инклюзивные туристские маршруты. Этот опыт мог бы стать полезным для формирования новых туристских предложений и на российском рынке.

Таким образом, инновации в туризме динамично развиваются. Их направленность в большинстве случаев связана с ориентацией на устойчивое развитие как с точки зрения проблем окружающей среды, так и местных сообществ, а также региональной экономики. По мере расширения внутреннего туризма конкуренция за туриста будет становиться всё сильнее, что будет способствовать росту инновационной активности участников рынка, поиску инновационных идей, в том числе в других странах, а также обмену опытом между различными регионами.

### **2.3 Использование омниканального подхода для продвижения бренда туристического направления в регионах**

Брендинг туристического направления играет важную роль в увеличении туристического потока в регионе и создании уникального образа на рынке. Бренддинг можно рассматривать как инструмент для привлечения внимания туристов и стимулирования развития всего туристического сектора.

В данном параграфе рассматриваются цели туристического брендинга, описываются этапы создания территориального туристического бренда, приведены примеры регионального туристического брендинга, а также описываются возможности применения омниканального маркетингового подхода для продвижения бренда «Гостеприимный Мариенбург», создаваемого в г. Гатчине Ленинградской области.

Сильный бренд позволяет связать направление для путешествия с ожидаемыми туристом эмоциями и впечатлениями. Под одним брен-

---

<sup>201</sup> Conde Shayna. Accessible tech is making travel more inclusive – and setting better standards for the hospitality industry. 25.10.23 // BusinessInsider. URL: <https://www.businessinsider.com/how-accessible-technology-helps-disabled-neurodivergent-travelers-2023-10> (дата обращения: 04.05.2024).

дом могут выступать разные организации инфраструктуры туризма, поэтому репутация всего бренда будет работать для каждой единицы туристического кластера, что позволит расширять ассортимент услуг, и, в конечном счете, туристический бренд станет стимулом развития экономики региона.

Наиболее общими целями брендинга являются:

- дифференциация от конкурентов;
- создание узнаваемости;
- привлечение целевой аудитории;
- увеличение туристического потока;
- поддержка репутации.

Туристическое брендинговое территории – комплексный процесс, который можно разделить на 4 этапа: концептуальный, производственный, этап внедрения и проведение мероприятий по поддержке его устойчивого развития.

Рассмотрим содержание первого этапа брендинга.

Разработка концепции бренда – это процесс создания уникального образа и идентичности туристического направления, который будет привлекать и удерживать внимание целевой аудитории.

Концепция бренда должна основываться на подробном изучении и анализе истории, культурных особенностей, природных достопримечательностей региона. Необходимо оценить сложившееся представление о регионе, актуальное предложение туристических фирм и динамику спроса на их услуги, а также определить уникальные черты региона, которые позже будут трансформированы в продукт или услугу. Важно провести работу с местным населением и описать, каким видят свой регион разные категории жителей.

Например, Республику Карелию традиционно представляет бренд «Земля Тысячи Озер», это название передает атмосферу уникального региона с обилием озер, лесов и скал, а также культурным наследием карельских народов. Данный бренд широко используется в статьях блоггеров, получил известность в кругах туристов, возможно, он будет поддержан Управлением по туризму Республики Карелия для дальнейшей разработки<sup>202</sup>.

Важно отметить, что от глубины проработки концепции будет зависеть результат дальнейшей работы над визуализацией брендового стиля на втором этапе. Появляется основа для создания шрифтов, цветовой схемы, референсы для отрисовки логотипа или эмблемы.

Разработка брендового стиля – выбор цветовой палитры, логотипа, стилей изображений и других визуальных элементов, которые будут

---

<sup>202</sup> Карелия: исследуем землю тысячи озер. URL: <https://blog.ufs-online.ru/recommendations/kareliya-issleduem-zemlyu-tysyachi-ozher> (дата обращения: 03.05.2024).

ассоциироваться с брендом. Эти мероприятия создают единый и узнаваемый внешний облик.

Также формируется представление об атмосфере бренда.

Создание брендовой атмосферы – создание специфической атмосферы или настроения, которое ассоциируется с брендом. Например, разработка элементов дизайна интерьера для туристических объектов, выбор музыки и ароматов, создание уникального сервиса и т.д.

На основе концепции происходит формирование брендовой истории и голоса бренда (toneofvoice) туристического направления – способ презентации его истории, культуры, уникальных людей и событий. Это помогает создать эмоциональную связь с брендом и делает его более привлекательным для туристов.

В результате анализа деятельности организаций в сфере туризма появится представление об аудитории, заинтересованной в туристическом направлении, проводится маркетинговое исследование, которое будет использовано при разработке маркетинговой кампании.

Маркетинговые кампании – разработка и проведение маркетинговых кампаний, направленных на продвижение бренда. Эта деятельность может включать в себя рекламные ролики, рекламные баннеры, сотрудничество с блоггерами, участие в туристических выставках и событиях и т.д.

Концепция анализирует и текущее состояние существующей инфраструктуры, в том числе информационных ресурсов, и онлайн-присутствия.

Онлайн-присутствие – создание и поддержка веб-сайта и присутствие в социальных сетях. Это позволяет привлечь больше потенциальных туристов и поддерживать связь с ними.

В концепции необходимо уделить внимание исследованию обратной связи для выявления слабых мест инфраструктуры создаваемого туристического бренда, что станет основой для работы с клиентами и управления репутацией.

Обратная связь и управление репутацией – ответ на отзывы туристов, как положительные, так и отрицательные, и управление репутацией бренда. Это помогает улучшить качество услуг и создать положительный образ туристического направления.

Важно отметить, что в некоторых случаях могут возникнуть противоречия между уже существующими исторически сложившимися брендами и вновь создаваемыми, а некоторые организации могут вести политику продвижения своих туристических брендов. Необходимо зафиксировать общую для всех словесную формулу названия или слоган бренда.

Без согласования возникающих в процессе разработки концепции

противоречий невозможно построить комплексную программу продвижения и задействовать необходимые ресурсы.

Ошибку, связанную с несогласованностью в политике продвижения бренда, можно увидеть из опыта брендинга республики Башкортостан.

Турбренд «Terra Bashkiria» был разработан компанией «Paradox Box» по заказу Госкомитета Республики Башкортостан по предпринимательству и туризму и продемонстрирован общественности в апреле 2018 г. В качестве нейминга было представлено название «Terra Bashkiria» – неизведанная земля, которая хранит тайны среди первозданной природы. Однако в 2023 г. в Санкт-Петербурге работал Башкирский этнодвор под слоганом «Земля кочевников – край легенд». «Край легенд» – попутно развивающийся бренд, который подчеркивает богатство культурного наследия, уникальность природных объектов и гостеприимство республики Башкортостан, расположенной на Южном Урале. Развитию бренда значительно способствовала прошедшая в регионе в 2021 г. «Всемирная Фольклориада»<sup>203</sup>.

Другой пример связан с брендингом Республики Тыва.

Под брендом «Сердце Азии» развивается туристическое направление в республиках Хакасия и Тыва. Экскурсионные туры с таким названием включают посещение Саяно-Шушенской ГЭС, природного парка Ергаки, музея-заповедника «Сундуки», называемого сибирским Стоунхенджем и других ключевых объектов региона, а также знакомят с буддийской культурой, шаманскими обычаями, бытом кочевников и национальными традициями. Однако туристический слоган не поддерживается Агентством по туризму республики Тыва, по заказу которого был разработан бренд «Тыва Инкогнито»<sup>204</sup>.

Окончанием работы над концепцией можно считать всеобщее ее принятие акторами отрасли туризма: туроператорами, гидами, музеями, парками, представителями гостиничного бизнеса и сферы общественного питания, и т.д.

Далее следует переход ко второму этапу брендинга территории – непосредственно к разработке элементов бренда на основе концепции, которые включают:

*1. Создание визуального образа бренда.*

Визуальный образ бренда включает:

– логотип, графическое изображение или символ, который являет-

---

<sup>203</sup> Terra Башкирия. Туристский бренд Башкортостана. URL: <http://www.paradoxbox.ru/project/terrabashkiria> (дата обращения: 03.05.2024).

Башкирский этнодвор «Земля кочевников – край легенд» начал работу в Санкт-Петербурге. URL: <https://resbash.ru/news/kultura/2023-08-25/bashkirskiy-etnodvor-zemlya-kochevnikov-kray-legend-nachal-rabotu-v-sankt-peterburge-3405760> (дата обращения: 03.05.2024).

<sup>204</sup> В сердце Азии: Хакасия и Тыва. URL: <https://clubstrannik.ru/hakasiya/serdce-azii/> (дата обращения: 03.05.2024).  
Агентство по туризму Республики Тыва. URL: <https://tourism-tyva.ru/> (дата обращения: 03.05.2024).

ся основным идентификатором бренда. Он должен быть уникальным, легко узнаваемым и запоминающимся. Логотип часто содержит название бренда или его сокращение;

- цветовую палитру, которая определяет основные цвета, используемые в дизайне логотипа, упаковке, рекламе и других материалах бренда;

- элементы типографики, т.е. шрифты, используемые в визуальном образе бренда. Они должны быть легко читаемыми, подходить к стилю бренда и помогать передать его эстетику;

- графические элементы, узоры, текстуры, иллюстрации или фотографии, которые используются для создания атмосферы и стиля бренда;

- дизайн брендированных объектов инфраструктуры (рекламных щитов, транспорта, вывесок), упаковки и корпоративных материалов (например, визитных карточек, буклетов, брошюр) и информационных ресурсов (сайты, группы, сообщества).

Разработка визуального образа оформляется в брендбук – документ, который содержит набор правил, рекомендаций и стандартов по использованию визуального образа бренда.

Примером последовательной работы над брендированием территории можно назвать туристическое брендирование Ленинградской области, которое представлено через визуальный ассоциативный образ бабочки, так как очертания региона на карте России напоминают бабочку. В стилизованную и упрощенную форму крыльев вписаны символы, отражающие знаковые направления туризма в области. Логотип с его вариациями трансформируется в фирменный паттерн, который призван поддерживать узнаваемый стиль на продуктах, рекламных носителях и в ландшафте области и формировать положительные впечатления от туристического направления. Брендирование было проведено Комитетом по культуре и туризму Ленинградской области<sup>205</sup>.

Символика бренда Ленинградской области используется для разработки визуального дизайна подведомственными учреждениями, ведется работа по внедрению маркировки бренда на различных объектах туристической инфраструктуры.

## 2. Проработка стиля общения бренда (*Tone of voice*).

Один из способов, чтобы аудитория быстро узнавала бренд среди конкурентов, – это создание собственного голоса бренда или стиля общения.

На этом этапе могут быть скорректированы определенные ранее словесные формулы, связанные с брендом.

---

<sup>205</sup> Территориальный брендинг Ленинградской области. URL: <https://endylab.ru/projects/branding/lenoblbranding> (дата обращения: 03.05.2024).

Туристский бренд Ленинградской области. URL: <https://kit.lenobl.ru/ru/o-komitete/turistskij-brand-leningradskoj-oblasti/> (дата обращения: 03.05.2024).

Голос бренда в маркетинге – это свод правил и рекомендаций, которые помогают маркетологам, PR-специалистам, дизайнерам, копирайтерам и менеджерам по продажам озвучивать позицию, ценности и миссию компании в общении с аудиторией от СМС до рекламного баннера.

Чтобы люди узнавали бренд, голос бренда должен быть единым на уровне текста и картинки.

Для голоса бренда на уровне текста важны:

- стиль, который использует бренд: разговорный или серьёзный, информационный или молодёжный;
- построение предложений: длинные и распространённые или короткие, из пары слов;
- оформление текста: есть ли эмодзи, отступы между абзацами, точки в конце предложений.

Для голоса бренда на уровне картинки важны:

- композиция: какие планы используются, есть ли симметрия в изображении;
- ритм фото или видео: спокойный и размеренный или динамичный.

Голос бренда должен быть единым для всех каналов коммуникации: в текстах и фото на сайте, рассылке, СМС, рекламных объявлениях<sup>206</sup>.

После детального осмысления брендового образа могут появиться «герои» маркетинговой кампании, от лица которых ведётся повествование.

Результат работы оформляется в Руководство по стилю общения. В этом документе могут быть включены примеры фраз, которые соответствуют заданному тону, а также рекомендации по использованию языка, структуры предложений, обращений к аудитории и других аспектов общения.

В результате проработки брендового образа каждая из компаний получит инструмент для работы и продвижения своего учреждения.

Значительно повлияло на восприятие Калининградской области брендование со слоганом «Твоя новая история». Туризм в регионе активно развивается, и заметен тренд «многослойности» туристического продукта благодаря трансляции идеи мультиформатности отдыха. Создатели назвали эту словесную формулу «обещанием бренда», тем самым передается идея сближения и дружеских отношений с туристом<sup>207</sup>.

---

<sup>206</sup> Шутить или не шутить: зачем бизнесу tone of voice и как его создать. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/что-такое-tone-of-voice/> (дата обращения: 03.05.2024).

<sup>207</sup> Ребрендинг Калининградской области. URL: [https://www.behance.net/gallery/158553685/rebranding-kaliningradskoj-oblasti?tracking\\_source=search\\_projects%7Cкаленинград](https://www.behance.net/gallery/158553685/rebranding-kaliningradskoj-oblasti?tracking_source=search_projects%7Cкаленинград) (дата обращения: 03.05.2024).

### *3. Принятие целей брендинга и стратегии развития.*

Важно помнить, что создание бренда – это долгосрочный процесс, требующий постоянного внимания и усилий. Стратегия должна быть гибкой и открытой для изменений в зависимости от изменяющихся условий рынка и потребностей аудитории.

На этом этапе принимаются решения о том, что необходимо сделать каждому участнику туристического бренда. А также кто и к какой аудитории будет обращаться, как должны измениться каналы коммуникации, откуда можно взять ресурсы для этого; какие каналы коммуникации станут приоритетными, и т.д.

Следующим этапом становится реализация плана по внедрению бренда.

Данный этап охватывает широкий спектр видов деятельности, таких как установка элементов туристической инфраструктуры, проведение мероприятий, обучение персонала и др. В рамках нашей работы остановимся на особенностях реализации маркетинговой стратегии в контексте использования каналов продвижения, среди них выделяются:

#### *1. Одноканальная маркетинговая стратегия.*

Традиционная модель покупки, предполагающая использование только одного канала, например туристического агента, от него покупатель узнает информацию о бренде, услугах и продуктах, также поиск нужного покупателю товара лежит на продавце<sup>208</sup>.

#### Плюсы одноканальной маркетинговой стратегии:

- ✓ простота управления – компании не нужно координировать деятельность по управлению несколькими каналами;
- ✓ фокусирование усилий – компания может сосредоточиться на одном канале и более глубоко изучить его, разрабатывая более эффективные методы взаимодействия с целевой аудиторией;
- ✓ эффективность затрат – в случае правильного выбора канала одноканальная стратегия может быть более экономичной, поскольку компания не тратит ресурсы на развитие и поддержку нескольких каналов.

#### Минусы одноканальной маркетинговой стратегии:

- ✓ ограниченная аудитория – одноканальный подход может привести к упущению возможности достичь широкой аудитории, которая предпочитает другие каналы коммуникации;
- ✓ риск зависимости – использование только одного канала может сделать компанию уязвимой перед изменениями в этом канале или его эффективностью, например, изменения в алгоритмах социальных сетей или политике рекламных платформ;

---

<sup>208</sup> Сазонов А.А., Сазонова М.В. Омниканальный маркетинг и beacon-технологии: опыт и перспективы в Европе // Управление. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126. DOI 10.26425/2309-3633-2021-9-1-112-126.

✓ неудовлетворенность потребителей – потребители могут ожидать доступности на различных платформах, и, если компания не предоставляет такую доступность, это может привести к потере лояльности клиентов;

✓ ограниченные возможности роста – ограничение на один канал может затруднить расширение аудитории или развитие новых рынков.

Хотя одноканальная маркетинговая стратегия может иметь свои преимущества, в современном мире, где много каналов коммуникации доступны для потребителей, для позиционирования бренда эффективнее использовать другие стратегии.

## *2. Мультиканальная маркетинговая стратегия*

Покупатели узнают о различных предлагаемых продуктах и услугах от турагентов, посещая специализированные интернет-сайты, получая адресную почтовую рассылку, в том числе электронную почту, а также получают информацию через различные социальные сети и т.п. При мультиканальном маркетинге каждый канал, по сути, работает только в своих собственных интересах, т.е. синергетического эффекта не происходит, фокус потребителя сосредоточен на одном конкретном канале<sup>209</sup>.

### Плюсы мультиканальной маркетинговой стратегии:

✓ расширенная аудитория – использование нескольких каналов позволяет достичь более широкой аудитории, поскольку разные группы потребителей предпочитают разные каналы коммуникации;

✓ увеличение видимости бренда – присутствие на различных платформах и каналах увеличивает видимость бренда и повышает его узнаваемость среди потребителей;

✓ диверсификация рисков – использование нескольких каналов снижает риск зависимости от одного канала и делает стратегию более устойчивой к изменениям на рынке или в поведении потребителей;

✓ повышение эффективности – разнообразие каналов позволяет подходить к разным аспектам взаимодействия с аудиторией более эффективно, например, один канал может быть более эффективным для привлечения новых клиентов, а другой – для удержания существующих;

✓ персонализация – мультиканальная стратегия предоставляет возможность более глубокой персонализации коммуникации с клиентами, учитывая их предпочтения и поведение на различных каналах.

### Минусы мультиканальной маркетинговой стратегии:

✓ сложность управления – управление несколькими каналами требует больше ресурсов, времени и усилий, поскольку каждый канал

---

<sup>209</sup> Сазонов А.А., Сазонова М.В. Омниканальный маркетинг и beacon-технологии: опыт и перспективы в Европе // Управление. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126. DOI 10.26425/2309-3633-2021-9-1-112-126.

требует индивидуального подхода и контроля;

✓ различные сообщения – сохранение единообразия сообщений через все каналы может быть сложной задачей и представлять вызов для бренда;

✓ координация усилий – необходимо обеспечить согласованность действий на разных каналах, чтобы избежать противоречий и путаницы у потребителей;

✓ увеличение затрат – использование нескольких каналов может привести к увеличению затрат на маркетинг, поскольку требуется инвестировать в разработку и поддержку каждого канала;

✓ сложности атрибуции – определение вклада каждого канала в конечный результат может быть сложной задачей, особенно при наличии взаимодействия между каналами.

Хотя мультиканальная маркетинговая стратегия имеет свои сложности, в большинстве случаев плюсы этого подхода превышают его минусы, особенно в условиях современного рынка, где потребители активно используют различные каналы коммуникации.

Для того, чтобы усилить эффект мультиканальной стратегии, необходимо связать разные каналы в воронку продаж. Данный подход называется кросс-канальным.

### *3. Кросс-канальная маркетинговая стратегия.*

Кросс-канальный маркетинг способствует продвижению покупателя вниз по воронке продаж, что способствует повышению лояльности и вовлеченности. Вследствие того, что каналы объединяются между собой, бренды собирают значительно больший объем информации о клиентах, что оптимизирует взаимодействие с ними. Полученные данные из различных каналов в дальнейшем используются для создания рекламных сегментов, для последующего показа персональных рекламных предложений<sup>210</sup>.

#### Плюсы кросс-канальной маркетинговой стратегии:

✓ улучшенный опыт потребителя – интеграция различных каналов позволяет создать более удобный и согласованный опыт для потребителя, который может лучше соответствовать их потребностям и предпочтениям;

✓ увеличение узнаваемости бренда – присутствие бренда на различных каналах коммуникации повышает его узнаваемость и позволяет достичь большей аудитории;

✓ более эффективное использование данных – интеграция данных с разных каналов позволяет более глубоко понять потребителей и создать персонализированные и целенаправленные маркетинговые кампании;

---

<sup>210</sup> Сазонов А.А., Сазонова М.В. Омниканальный маркетинг и beacon-технологии: опыт и перспективы в Европе // Управление. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126. DOI 10.26425/2309-3633-2021-9-1-112-126.

✓ увеличение вовлеченности – кросс-канальный подход может способствовать увеличению вовлеченности потребителей, поскольку предоставляет им больше возможностей для взаимодействия с брендом;

✓ улучшенная атрибуция – интеграция данных с разных каналов помогает более точно определить вклад каждого канала в конечный результат, что упрощает атрибуцию и оценку эффективности маркетинговых кампаний.

Минусы кросс-канальной маркетинговой стратегии:

✓ сложность реализации – реализация кросс-канальной стратегии требует значительных усилий и ресурсов, поскольку необходимо обеспечить согласованность действий на всех каналах;

✓ риск противоречий – использование различных каналов может привести к возникновению противоречий в сообщениях и предложениях бренда, что может создать путаницу у потребителей;

✓ неоднородный опыт – разные каналы могут предлагать разные виды опыта для потребителей, что может привести к негативным впечатлениям, если они не согласованы между собой;

✓ трудности интеграции данных – интеграция данных с разных каналов может быть сложной задачей из-за различий в форматах и источниках данных;

✓ увеличение затрат – кросс-канальный подход может потребовать дополнительных затрат на разработку и поддержку инфраструктуры, а также на координацию действий на разных каналах.

В продолжение рассмотрения маркетинговых стратегий продвижения бренда стоит отметить, что одним из современных подходов к продвижению является омниканальный маркетинг, применяемый для продвижения товаров и услуг различными коммерческими компаниями нетуристического сектора.

Рассмотрим возможности омниканального подхода к продвижению бренда туристического направления в сравнении с другими стратегиями.

#### *4. Омниканальная маркетинговая стратегия.*

Каждая из приведенных выше стратегий является последовательным этапом усложнения и совершенствования модели коммуникации. Сначала расширяется количество каналов, затем реализуется их специализация, т.е. строится воронка продаж, и часть каналов работает на различных этапах принятия решения о покупке – от осведомления о бренде до совершения первой и повторных покупок. Каналы связываются в сеть перекрестных ссылок, ведущих по воронке продаж, т.е. возникает координация политики использования каналов.

Следующим этапом совершенствования стратегии является внедрение «бесшовного опыта» перехода между каналами, т.е. покупатели чувствуют, что компания находится с ним на всем протяжении его пути, что в конечном итоге повышает уровень лояльности покупателя к бренду<sup>211</sup>. При переходе от одного канала к другому в процессе взаимодействия с брендом сохраняются все данные и контекст предыдущего опыта взаимодействия, а сообщения и предложения, которые бренд делает через различные каналы, являются согласованными и единообразными. Для каждой целевой аудитории прорабатывается свой индивидуальный опыт и «маршрут» контакта с брендом. Интегрируются не только онлайн-платформы, мобильные приложения, социальные сети, но и оффлайн объекты инфраструктуры – магазины розничной торговли, рестораны, выставочные центры и т.д.

Каждая стратегия усложняет персонализацию при общении с брендом.

В омниканальном подходе важно учитывать контекст и момент взаимодействия пользователя с брендом. Например, персонализированное предложение может быть более эффективным, если оно учитывает текущие потребности или поведение пользователя.

В зависимости от пользовательского опыта взаимодействия с одним каналом коммуникации выстраивается содержание электронных писем или таргетированных сообщений в социальных медиа.

Маркетинговые кампании для одной таргетированной аудитории охватывают несколько каналов одновременно, например, при идентификации местоположения пользователя в мобильном приложении ему приходят персонализированные предложения.

В омниканальном подходе возрастает роль аналитики и измерения данных, и, следовательно, роль соблюдения конфиденциальности и безопасности. При сборе и использовании данных для персонализации необходимо соблюдать требования по защите конфиденциальности и безопасности информации пользователей.

Важно проводить анализ эффективности каждого канала, т.е. оценку результатов взаимодействия клиентов с брендом через различные каналы и анализ эффективность маркетинговых кампаний, что позволяет оптимизировать подход и повысить конверсию.

Принципы омниканального маркетинга, развиваемые в сфере продаж, можно адаптировать для сферы туризма и использовать для продвижения бренда туристического направления.

В 2023 г. один из микрорайонов г. Гатчины Ленинградской области – Мариенбург – при поддержке Президентского фонда культур-

---

<sup>211</sup> Сазонов А.А., Сазонова М.В. Омниканальный маркетинг и beacon-технологии: опыт и перспективы в Европе // Управление. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126. DOI 10.26425/2309-3633-2021-9-1-112-126.

ных инициатив приступил к туристическому продвижению. Одним из ключевых инициаторов процесса стал культурный центр «Загвоздка», вокруг которого сформировалась инициативная группа.

Основная концепция проекта «Гостеприимный Мариенбург» строилась на историко-культурном потенциале микрорайона<sup>212</sup>.

Одним из направлений работы стало создание наставнической проектной лаборатории, разрабатывавшей подходы к продвижению бренда.

На начальном этапе реализации проекта использовалась одноканальная маркетинговая стратегия, основанная на продвижении продуктов проекта через ресурсы культурного центра «Загвоздка».

В ходе работы над проектом было предложено усовершенствовать маркетинговую стратегию на основе результатов анализа эффективности каналов продвижения туристических услуг Мариенбурга в сети Интернет.

Оценивались следующие точки контакта: поисковая выдача по ключевым словам, веб-сайт туристического направления, социальные сети, материалы на видеохостингах (YouTube, RuTube), отзывные сайты, блоги и туристические порталы, чаты в мессенджерах, статья на портале Википедия, ресурсы на платформе IZI-travel и Artefact.

В результате исследования был определён перечень задач, которые приведут к реализации мультиканальной маркетинговой стратегии, это написание и размещение информационных статей о туристических объектах микрорайона, проведение мероприятий в социальных медиа с местными жителями, направленных на повышение осведомленности о культурных ресурсах, съемка видеороликов о Мариенбурге, создание сайта туристического направления, настройка создаваемого контента для появления в верхних блоках поисковой выдачи, необходимость комментирования отзывов на туристических ресурсах и др.

Следующие этапы усложнения стратегии продвижения возможны только после проведения работ по брендированию территории.

Ввиду ограниченности ресурсов для реализации сложных стратегий рекомендуется использование сочетания механик кросс-канального и омниканального подходов.

1. Проведение мероприятий по стандартизации визуального облика на всех доступных точках контакта.

2. Программирование сценариев опыта взаимодействия с брендом.

На основе уже идентифицированных точек контакта создать пути пользователя, учитывая различные сценарии и поведенческие паттерны. После описания пользовательского опыта внедрить перекрёстные ссылки.

---

<sup>212</sup> «Гостеприимный Мариенбург»: чтобы жители гордились. URL: <https://gatchina-news.ru/stati/gostepriimnyj-marienburg-chtoby-zhiteli-gordilis/> (дата обращения: 03.05.2024).

3. Внедрение системы интеграции данных о клиентах из различных каналов коммуникации: отслеживание метрик поисковиков, статистики социальных сетей, проведение опросов, и внедрение практики анализа полученных данных.

Таким образом, наличие брендов у туристических направлений – явление уже давно сложившееся, однако целенаправленный территориальный брендинг – явление новое и развивающееся. Уже проведено брендрование различных регионов, но довольно сложно по открытым источникам установить то, на основе какой концепции производится брендрование и на каком этапе находится реализация стратегии продвижения бренда. Анализ косвенных данных позволяет оценить примеры удачной и последовательной работы, а также найти примеры «замерших» на этапе разработки брендбука брендов.

Как было отмечено в параграфе, брендрование является многоплановым процессом и открывает различные области для теоретического исследования и практического их применения.

На этапе продвижения туристического бренда возможна адаптация подходов из других областей экономики, например, стратегий использования каналов коммуникации. Одной из хорошо разработанных в теории и отработанных на практике является кросс-канальная стратегия. Её применение возможно даже при небольшом объеме запланированных на маркетинг ресурсов, однако на переднем крае теоретической разработки и практического применения находится омниканальная стратегия. Её особенности могут быть использованы в различном объеме для продвижения туристического бренда и на данный момент могут являться, скорее, экспериментом, нежели существующим рецептом, так как она сильно завязана на развитии интернет-технологий и обработке данных и совершенствуется вместе с этими технологиями. В других областях эта стратегия уже показывает значительные успехи применения, а значит с ростом количества сильных туристических брендов, усилением конкуренции за туриста будет возрастать актуальность омниканального подхода.

## 2.4 Особенности ESG-практик в индустрии гостеприимства

Стратегическое направление развития туристической индустрии в настоящее время и на ближайшую перспективу в экономике страны связано с внутренним туризмом. На выбор туристического направления путешественников интересуют состояние и отзывы об экосистемах туристической деятельности в регионах. Особый спрос у туристов вызывают экологические направления, что объясняется ориентацией населения на системы оздоровительного отдыха и повышением уровня экологического просвещения в стране. Информационная поддержка туристов осуществляется с помощью специальных маркировок на сайтах бронирования с указанием сертификатов, таких как LEED, BREEAM, Green Key.

Согласно статистическим данным за 2023 г., внутренний поток туризма в России фиксируется на рекордном уровне в 75 млн человек, что почти на 15% больше, чем в 2022 г. (в 2022 г. – 68,5 млн). Растет уровень доходов отрасли. Доходы российской туристической отрасли в 2023 г., по данным Росстата, увеличились на 13% в сравнении с 2022 г. (677,3 млрд руб.), до 765 млрд руб. Это на 30% выше показателей за 2019 г. (572,7 млрд руб.)<sup>213</sup>.

Дальнейшее развитие отрасли должно основываться на принципах устойчивого развития. Государственным и частным компаниям при создании туристской инфраструктуры необходимо учитывать ESG-аспекты. Формирующийся на новых принципах внутренний туризм, объединяющий экологию, социальную составляющую и корпоративное управление, становится экономически выгоден всем участникам туристского рынка.

В последние годы глобальная приверженность устойчивому развитию стала неотъемлемой частью общества и важным компонентом социально-экономического развития стран. В ответ на меняющиеся условия и потребности клиентов предприятия ориентируются на принципы и факторы экологической, социальной и управленческой ответственности (ESG) (рис. 2.4.1).

E – Environment (внимательное отношение к окружающей среде);

S – Social (социальная ответственность);

G – Governance (ответственное корпоративное управление).

Российская туристическая индустрия осваивает на практике в своей деятельности принципы ESG (рис. 2.4.2). Национальное рейтинговое агентство (НРА) и ESG-лаборатория при МГУ провели исследования по состоянию устойчивого развития туризма в регионах за 2023 год.

---

<sup>213</sup> Как развивается ESG-туризм в России // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green> (дата обращения: 10.06.2024).

Анализ показал, что внедряемые ESG-принципы соответствуют международным стандартам. Такое рэнкинг-исследование проводится в России уже второй раз. В результате отслеживается динамика развития устойчивого туризма в регионах.



Рис. 2.4.1. Основные факторы ESG<sup>214</sup>

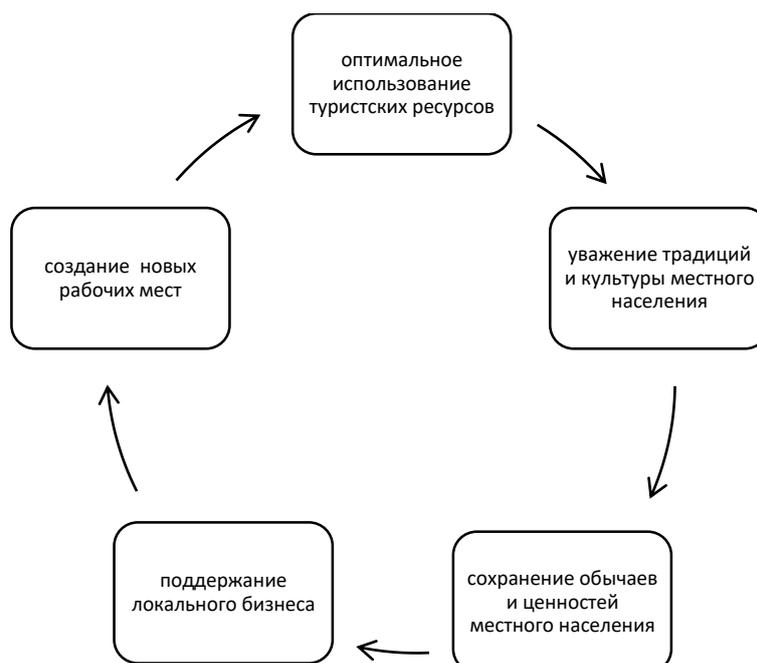


Рис. 2.4.2. Формирование устойчивого внутреннего туризма с применением ESG-принципов

Источник: сост. на основе данных ООН.

В результате исследования был присвоен каждому субъекту сводный индекс ST – sustainable tourism (устойчивый туризм). Индекс рассчитали на основе 34 показателей, который делили на четыре ключе-

<sup>214</sup> Костин А. ESG: в фокусе – корпоративное управление. 28.09.2021 г. // Бизнес & Общество. Ресурсный центр по КСО/ESG. URL: <https://www.b-soc.ru/ppublikacii/esg-v-fokuse-korporativnoe-upravlenie/> (дата обращения: 15.06.2024).

вых блока, что представлено в табл. 2.4.1.

Итоговый индекс вычисляли как среднее арифметическое значение отдельных показателей. В результате регионы разделили на пять уровней по силе интеграции устойчивых принципов в туристическую и соответствии мировым практикам ESG. Регионы с высоким (продвинутым) уровнем внедрения ESG-практик в туристической сфере показаны в табл. 2.4.2.

Таблица 2.4.1

**Показатели оценки устойчивого развития туризма в регионах**

SC — Society & Culture Социально-культурный блок	EC — Ecology & Climate Эколого-климатический блок
Программы безбарьерной среды	Удельные выбросы загрязняющих веществ в воздух
Мониторинг адаптации инфраструктуры к требованиям безбарьерной среды	Доля проб питьевой воды с превышением нормативов санитарно-химических показателей
Работы по сохранению объектов культурного наследия	Доля утилизированных и обезвреженных отходов
Финансирование мероприятий по сохранению объектов культурного наследия	Программа раздельного сбора отходов, переработки и утилизации отходов
Частота чрезвычайных ситуаций	Мониторинг углеродного следа туризма
Индивидуальный риск гибели	Расходы на охрану окружающей среды
Число тяжких преступлений	Площадь особо охраняемых природных территорий (ООПТ)
Обеспеченность врачами	Наличие проектов в сфере экотуризма и туризма на ООПТ
IE — Infrastructure & Economy Инфраструктурно-экономический блок	IG — Institutions & Governance Институционально-управленческий блок
Доля занятых в туризме	Стандарты устойчивого развития туризма
Средний уровень зарплат в туризме	Стандарты нефинансовой отчетности в туризме
Доля валовой добавленной стоимости туризма в ВРП	Федеральная грантовая поддержка инициатив в туризме
Число мест в коллективных средствах размещения (КСР)	Региональные меры поддержки устойчивого развития туризма
Численность размещенных лиц в КСР	Интеграция концепции устойчивого развития туризма в стратегию социально-экономического развития региона
Плотность автодорог с твердым покрытием	Региональная стратегия развития туризма
Выраженность сезонности (соотношение численности размещенных в КСР по кварталам с самым высоким и низким значениями)	Интеграция концепции устойчивого развития в госпрограмму развития туризма субъекта РФ
Темп роста численности размещенных в КСР	Региональный орган исполнительной власти в сфере туризма
	Раздел официального онлайн-ресурса об устойчивом развитии туризма
	Уровень раскрытия информации об устойчивом развитии туризма

Источник: обзор НРА: Рэнкинг устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах<sup>237</sup>.

Таблица 2.4.2

**Регионы «продвинутого» уровня с коэффициентами за 2023 год<sup>215</sup>**

Регион	Блок IE	Блок SC	Блок EC	Блок IG	ST (сводный индекс)	Место по ST	Уровень
Санкт-Петербург	0.813	0.857	0.625	0.611	0.726	1	Продвинутый
Краснодарский край	0.875	0.625	0.625	0.750	0.719	2	Продвинутый
Республика Татарстан	0.688	0.688	0.625	0.750	0.688	3	Продвинутый
Москва	0.750	0.714	0.563	0.611	0.659	4	Продвинутый
Тюменская область	0.688	0.688	0.563	0.550	0.622	5	Продвинутый
Калининградская область	0.688	0.813	0.500	0.400	0.600	6	Продвинутый
Мурманская область	0.563	0.688	0.500	0.650	0.600	6	Продвинутый
Свердловская область	0.438	0.750	0.563	0.650	0.600	6	Продвинутый

<sup>215</sup> ESG-рейтинги // Национальное рейтинговое агентство. URL: <https://www.ra-national.ru> (дата обращения: 10.06.2024).

Так, благоприятная институциональная среда, созданная в Санкт-Петербурге, позволила предприятиям туриндустрии занять в рейтинге лидирующее место. За последние два года Санкт-Петербург расширил разные меры поддержки туризма. Здесь городским комитетом по туризму создана для путешественников доступная безбарьерная среда. Разработаны туристские маршруты для туристов с учетом ОВЗ. Услуги средств размещения, общественного питания и музеев также адаптируются для таких туристов. Например, в Эрмитаже есть лифты повышенной вместимости. Интерактивные киоски с информацией и система аудиогидов для слабовидящих посетителей присутствуют в большинстве музеев города и его пригородов.

Ленинградская область активно развивает маршруты по особо охраняемым природным территориям. Здесь пристальное внимание сосредоточено на создании новых маршрутов по экологическим тропам. Именно экотропы способствуют повышению экологической грамотности и культуры населения. Например, пешеходная экскурсия по экотропе заказника «Западный Котлин». Большим спросом пользуются также экскурсии к памятникам природы, таким как «Комаровский берег», «Парк «Сергиевка». Существует также возможность путешествовать по этим местам в формате виртуальной экскурсии<sup>216</sup>.

Отели Санкт-Петербурга используют специальную маркировку, подчеркивая экологическую и социальную направленность. Например, отель «Cronwell Inn» первым в России получил сертификат «Зеленый ключ», который является престижным международным стандартом качества для работающих в туриндустрии на принципах ESG.

Внедрение эксклюзивных ESG-практик в развитии туристского бизнеса планирует участие Санкт-Петербурга в амбициозном туристском проекте «Пять морей и озеро Байкал». Данный проект предполагает строительство до 2030 г. 10 всесезонных курортов на побережье Балтийского, Азовского, Черного, Каспийского и Японского морей, а также на озере Байкал. Вложения инвесторов в данный проект составят 1,5 трлн рублей, государство запланировало 300 млрд.

Туристический кластер «Санкт-Петербург Марина» включен в данный проект. В перспективе посещаемость его составит более 1,33 млн чел. в год. Кластер будет возведен на территории бывшей строительной площадки «Горская». Начнут его реализовывать к 2025 г. в несколько этапов. Планируется создание более 61 тыс. новых рабочих мест. Площадь кластера «Санкт-Петербург Марина» составит 160 га. На протяжении 27 километров создадут общественные зоны, спортивно-социальные объекты. Планируются образовательные центры

---

<sup>216</sup> Как развивается ESG-туризм в России // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green> (дата обращения: 10.06.2024).

для детей и молодежи, эллинг для всесезонного хранения и ремонта яхт, судов. Здесь же расположится верфь исторического судостроения «Полтава». Номерной фонд гостиниц курорта составит 7 тыс. единиц. Общий объем инвестиций в проект запланирован в размере 210 млрд руб. Из них 165 млрд – средства, предоставленные инвесторами на создание объектов туристской инфраструктуры.

Сеть уральских термальных источников «Баден-Баден» реализует целый комплекс решений, отвечающих принципам устойчивого развития. 4 курорта открытых термальных вод в городах Уральского федерального округа: Екатеринбург, Челябинск, Курган и Реж (Свердловская обл.). Каждый курорт является большим термальным комплексом, в который входят бассейн, сауны, кафе и рестораны, а также номера для проживания. Каждый комплекс имеет свои особенности и уникальность, начиная от архитектуры и заканчивая набором сервисов и услуг.

В основе бизнес-философии компании положены ESG-принципы. Данный вид деятельности напрямую связан с природой и загородным отдыхом. Поэтому руководство считает, что дальнейшее развитие и лидерство на рынке невозможно без бережного отношения к окружающей среде, внимания к своим сотрудникам, повышения прозрачности и технологичности бизнес-процессов. Данное отношение проявилось ещё на стадии строительства. Объекты комплексов вписаны в ландшафт. Строители не трогали деревья и не выравнивали землю с целью минимизации негативного воздействия на окружающую среду. Также в процессе функционирования термальных комплексов были применены «зеленые» решения для отопления и нагрева воды, экономий энергоресурсов.

Социальную составляющую ESG-принципов компания «Баден-Баден» реализует в двух направлениях: взаимодействие с сотрудниками и социальные программы для туристов. Например, для Еткуля, находящегося в 40 км от Челябинска, компания является крупнейшим работодателем. Кроме этого, предприятие стремится соблюдать все нормы и правила трудового законодательства. Для работников организовано горячее питание. Также для них есть возможность пригласить на курорт бесплатно 6 человек.

«Баден-Баден» спонсирует выездные мероприятия в рамках реализации социальных программ. Поддерживает детский спорт, в частности, команды по волейболу, футболу и каратэ. Группы из детских домов и домов престарелых имеют возможность бесплатного посещения курорта.

В современном мире гостиничные предприятия сталкиваются с рядом вызовов и трансформаций, связанных с изменениями на рынке

и общественными требованиями к устойчивости и ответственности. В условиях экономической нестабильности, роста осознанности потребителей и растущего интереса к принципам ESG (Environmental, Social, and Governance – окружающая среда, социальная ответственность, корпоративное управление) гостиничным предприятиям становится важным развивать и внедрять соответствующие практики в свою деятельность.

Экономическая нестабильность и изменчивость рынка создают неопределенность и повышенную конкуренцию в гостиничной отрасли. Предприятия гостеприимства вынуждены искать новые пути для привлечения и удержания клиентов, чтобы выделяться на фоне конкурентов и обеспечить свою устойчивость и рост.

Общественное мнение и потребительские предпочтения изменились. Современные клиенты становятся все более осознанными и требовательными, они уделяют больше внимания принципам устойчивости, ответственности и социальной справедливости. Клиенты хотят быть уверенными, что их выбор продукта или услуги соответствует высоким стандартам окружающей среды и социальной ответственности.

Принципы ESG стали неотъемлемой частью современного бизнеса. Компании, включая гостиничные предприятия, осознают важность учета экологических, социальных и корпоративных аспектов в своей деятельности. Интеграция ESG-практик позволяет предприятиям повысить свою привлекательность для инвесторов, улучшить свою репутацию и снизить риски, связанные с изменениями климата и социальными проблемами.

Вопросы повышения лояльности клиентов являются одной из фундаментальных задач в деятельности организации в процессе разработки ее стратегии. Степень эффективности разработанных и уже реализованных программ удовлетворенности клиентов определяют систему взаимоотношений между предприятием индустрии гостеприимства и потребителем, являются основой действующей в организации системы маркетинга.

Лояльность клиентов является ключом к успеху будущих целей развития компании. При формировании удовлетворенности клиентов гостиничные предприятия должны сосредоточиться на том, чтобы у гостей осталось положительное впечатление от предоставляемых услуг.

В настоящее время ESG-позиционирование стало ключевым аспектом в бизнес-среде. Гостиницы осознают, что учет экологических, социальных и управленческих факторов может иметь значительное влияние на их долгосрочную ценность и бренд.

Маркетинговая стратегия, основанная на принципах ESG, предоставляет бренду конкурентное преимущество в достижении устойчи-

вого позиционирования.

Гостиничные предприятия, работающие на ESG-принципах, способствуют развитию экологической устойчивости совместно с партнерами путем введения, например, «Кодекса поведения поставщика», что позволяет отелю сотрудничать только с ответственными компаниями-партнёрами и совместно развивать стратегию устойчивого развития.

Деятельность предприятия индустрии гостеприимства может быть связана с поддержкой социальных инициатив и благотворительных проектов. Отель и его партнеры совместно организуют мероприятия, собирают средства и предоставляют помощь нуждающимся. Это позволяет создать положительный социальный имидж и участвовать в развитии общества.

Использование ESG-принципов способствует взаимному росту и развитию отеля и его партнеров. Взаимная поддержка и совместные мероприятия могут приводить к увеличению числа клиентов, повышению прибыли и расширению бизнеса как для отеля, так и для партнеров.

За 2022–2023 гг. практика внедрения ESG-повестки в деятельность трэвел-индустрии получила широкое распространение, в результате которого формируются локальные бренды туристских услуг, влияющие на природную среду и развитие целых регионов. Интересным и перспективным направлением, например, может быть активное развитие турбизнеса на побережье Северного Ледовитого океана. Идея улучшения имиджа компании в сфере устойчивого развития и ESG-факторов позволит активнее привлекать инвесторов и банковские кредиты. Стоит отметить огромное значение социального фактора в данной локации. Развитие предприятий туристической индустрии, создавая мультипликативный эффект, будет способствовать развитию всего регионального бизнеса в целом и созданию рабочих мест. Примером может быть создание площадок местных производителей для реализации сувениров и продуктов питания. Следовательно, будет снижаться отток населения и улучшаться демография Арктической зоны России, Сибири и Дальнего востока, где сегодня это вопросы стоят очень остро.

Из данных конференции «Туризм будущего», состоявшейся в октябре 2023 г., следует, что «финансовые доходы предприятий туристической индустрии, которые применяют принципы ESG и «зеленые» технологии, имеют очевидные преимущества»<sup>217</sup>. Виды «зеленых» технологий в сфере туризма и гостеприимства представлены на рис. 2.4.3. и в табл. 2.4.3.

Из опыта российских отелей следует, что «энергосбережение по теплоснабжению, вентиляции и кондиционированию сокращает за-

---

<sup>217</sup> Как «зеленые технологии» влияют на персонал. URL: <https://thehrd.ru/articles/kak-zelenye-tehnologii-vlijajut-na-personal> (дата обращения: 10.06.2024).

траты на электроэнергию на 40–60%, при этом возможно снижение потребления воды на 30%»<sup>218</sup>.



Рис. 2.4.3. «Зеленые» технологии, применяемые в туристической индустрии

Источник: сост. авторами.

Таблица 2.4.3

**«Зеленые» технологии в российских отелях**

Отель	Местонахождение	Номерной фонд
Meredian Hotel	Самара	23
Rakurs Hotel	Ульяновск	36
Hotel Nogai	Казань	167
Park Inn by Radisson	Екатеринбург	160
Cronwell Inn Tursunt	Ханты-Мансийский	32
Park Inn by Radisson	Новосибирск	150
Park Inn by Radisson	Новокузнецк	174
Radisson Blu Sheremetyevo	Москва	391
Radisson Resort Zavidovo	Москва	239
Solosokos Hotel Vasilievsky	Санкт-Петербург	255
Park Inn by Radisson Pulkovskaya	Санкт-Петербург	842
Park Inn by Radisson Pulkovo Airport	Санкт-Петербург	200
Original Sokos Hotel Olympia Garden	Санкт-Петербург	348
Park Inn by Radisson Pribaltiyskaya	Санкт-Петербург	1184
Solo Sokos Hotel Palace Bridge	Санкт-Петербург	324
Radisson Sonya	Санкт-Петербург	173
Radisson Royal Hotel	Санкт-Петербург	164
Cronwell Inn Stremennaya Hotel	Санкт-Петербург	49
Park Inn by Radisson Nevsky	Санкт-Петербург	269
Park Inn by Radisson Poliarnie Zori	Мурманск	262
Rodina Grand Hotel & SPA	Сочи	60
Radisson Blu Resort & Congress Centre	Сочи	508
Radisson Collection Paradise Resort & SPA	Сочи	516
Radisson Rosa Khutor	Сочи	181

<sup>218</sup> Как «зеленые технологии» влияют на персонал. URL: <https://thehrd.ru/articles/kak-zelenye-tehnologii-vlijajut-na-personal> (дата обращения: 10.06.2024).

За 2022–2023 гг. практика внедрения ESG-повестки в деятельность трэвел-индустрии получила широкое распространение, в результате которого формируются локальные бренды туристских услуг, «влияющие на окружающую среду и развитие целых регионов. Примером могут служить, компании, которые развивают туризм в российской Арктике. Это повышает их ESG-рейтинг, что позволяет успешнее привлекать инвесторов и банковские кредиты. При реализации современного ESG-подхода в управлении территорий происходит повышение фактора S, то есть социального, благодаря чему снижается отток населения, из-за которого страдает демография целых регионов, таких как Арктическая зона РФ, Сибирь и Дальний Восток. ESG помогает развитию регионального бизнеса и созданию рабочих мест. И примеров таких много, когда местные производители сувениров и продуктов питания получают площадку для распространения своей продукции. По данным конференции «Туризм будущего», состоявшейся в октябре 2023 г., финансовые доходы предприятий туристической индустрии, применяющих принципы ESG и «зеленые» технологии, имеют очевидные преимущества. Из опыта российских отелей следует, что «энергосбережение по теплоснабжению, вентиляции и кондиционированию сокращает затраты на электроэнергию на 40–60%, при этом возможно снижение потребления воды на 30%»<sup>219</sup>.

Для примера можно продемонстрировать деятельность московского ресторана «Vjörn». «Придерживаясь принципа безотходности, ресторан творчески перерабатывает пищевые отходы, значительно сокращая ежедневные отходы с 200 до 30 литров. Ресторан активно внедряет Zero waste в баре и на кухне: корки от фруктов – на цукаты; кофейный жмых – в косметологию; ягоды и фрукты – в лимонады, настойки; овощные отходы – чипсы, пудры, приправы, а также самостоятельное газирование фильтрованной воды. Эти практики помогли снизить себестоимость бара до 15%, а кухни – до 19,7%, минимизировать списания до 1%, также ежемесячно ресторан экономит до 250000 рублей на отказе от пластика и до 1 млн рублей на декоре»<sup>220</sup>.

Интересным представляется опыт работы «Бутик-отеля 39» в Ростове-на-Дону. Объединившись с местными дизайнерами и сделав акцент на аутентичность региона, отель смог увеличить продажу местной национальной кухни на 14%, сократив при этом расходы на 18%. Кроме этого, удачное маркетинговое решение о специальных тарифах для местных жителей, позволило увеличить выручку отеля

---

<sup>219</sup> Как развивается ESG-туризм в России // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green> (дата обращения: 10.06.2024).

<sup>220</sup> Финансовые выгоды от внедрения практик ESG в туризме. URL: <https://hebitravel.ru/> (дата обращения: 10.06.2024).

на 2,5 млн рублей за шесть месяцев.

Так, «Tasigo Hotels» в Казани «смог сократить потребление электроэнергии на 44%, за счет продажи вторсырья отель заработал 96820 руб. (за несколько месяцев). Здесь сейчас сортируют 18 фракций (25% всех отходов отеля). «Отель активно внедряет экотовары в качестве альтернативы (зубные щетки из бамбука, минимизация упаковки, эко-тапочки, зубные пасты в таблетках, швейные наборы и наборы личной гигиены по запросу). За счет внедрения диспенсеров – сокращение на 1692 кг отходов, сокращение одноразовых материалов позволило сократить отходы на 166 кг в год. Такие инициативы, как продажа вторсырья и внедрение экологически чистых удобств не только «сокращают расходы, но и повышают удовлетворенность гостей: показатель удовлетворенности составляет 91%»<sup>221</sup>.

Эти примеры показывают, что внедрение ESG-повестки в деятельность предприятий туристической индустрии не только экологически ответственно, но также экономически выгодно и социально эффективно. Применяя устойчивые методы, предприятия не только смягчают свой экологический след, но и способствуют устойчивости, инновациям и участию в жизни общества.

## **2.5 Крупные события как инструмент маркетинга территорий и развития туризма**

Развитие туризма с помощью проведения крупных событийных мероприятий может быть рассмотрено с различных позиций: организатора, заказчика или посетителя. Как указывает D. Getz, для организатора или заказчика событийное мероприятие – это разовая или нечасто повторяющаяся активность за рамками обычной деятельности<sup>222</sup>. Для посетителей – это возможность отдыха, общения или культурного обогащения, недоступного в пределах обычного набора вариантов времяпрепровождения или выходящее за рамки повседневных практик. Для удовлетворения потребностей посетителей событийное мероприятие должно обладать такими характеристиками, как атмосфера праздника, уникальность, аутентичность, гостеприимность, высокое качество сопутствующих услуг, широкая известность. Обладая перечисленными характеристиками событийное мероприятие способно стать инструментом привлечения большого числа участников и зрителей для развития туристической дестинации.

Термин «событийный туризм» появился в Новой Зеландии в 1987 г.

---

<sup>221</sup> Финансовые выгоды от внедрения практик ESG в туризме. URL: <https://hebitravel.ru/> (дата обращения: 10.06.2024).

<sup>222</sup> Getz D. Event Tourism: A Definition, Evolution and Research // *Tourism Management*. 2008. № 29. P. 403–428.

и был использован для отражения прямой связи между развитием туризма и организацией событийных мероприятий. Событийный туризм ориентирован на посещение территории в определенное время и связан с событийным мероприятием, отличающимся своей уникальностью и значимостью для местного общества или человечества в целом. Событийные мероприятия могут быть связаны с различными областями культуры, искусства, науки, образования, спорта и т.д. Событийный туризм предполагает формирование непреходящей атмосферы праздника, уникальных условий отдыха и незабываемых впечатлений. Это перспективный и динамично развивающийся вид туризма.

Событийный туризм является важным компонентом социальной и экономической системы региона. В социальном плане организация крупных событий может рассматриваться как средство укрепления сплоченной и интегрированной социальной системы на уровне региона или страны в целом. В экономическом плане крупные события играют важную роль в стимулировании торговли, туризма, гостиничного бизнеса и сферы услуг. В научной литературе широко задокументирована социальная и экономическая значимость крупных событийных мероприятий<sup>223</sup> и событийного туризма<sup>224</sup>, как катализатора экономического роста, повышения конкурентоспособности туристической дестинации и формирования сплоченной социальной структуры страны или региона.

Туризм способствует открытию новых гостиниц, ресторанов, магазинов, а также культурных и спортивных объектов, которые обслуживают как посетителей, так и местных жителей. Развитие туризма повышает качество жизни населения региона, обеспечивая рабочие места и принося налоговые поступления, которые идут на улучшение услуг и инфраструктуры. Туризм является одной из крупнейших в мире сфер экспортных услуг и одним из крупнейших работодателей.

Предварительные оценки, представленные в исследовании Всемирного совета путешествий и туризма (WTTC) показывают, что в 2023 г. оборот сферы туризма должен практически восстановиться до пика 2019 г., составив 9,5 трлн долл. США. Это всего на 5% ниже

---

<sup>223</sup> Корчагина Е.В. Социально-экономические и экологические эффекты олимпийских игр: анализ динамики развития Сочи в контексте других олимпийских столиц // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 2. С. 14–19.

Getz D. Event Tourism: A Definition, Evolution and Research // *Tourism Management*. 2008. № 29. P. 403–428.

Mallen Ch., Lorne J. Adams. *Event Management in Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions*. 3rd Edition. London and New York: Routledge, 2013.

<sup>224</sup> Korchagina E., Shiganova R. Development of the North Baikal as a tourist destination: Problems and perspectives // *Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020: Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, Milan, 25th–26th April 2018. Milan: International Business Information Management Association, 2018. P. 3751–3756.

Susic V., Dordevic D. The Place and Role of Events in the Tourist Development of the Southwest Serbia Cluster // *Facta Universitatis Series: Economics and Organizations*. 2011. № 8 (1). P. 69–81.

уровня 2019 г., предшествовавшего пандемии, когда путешествия были на самом высоком уровне. Более того, в 34 странах оборот сферы туризма должен в 2023 г. превысить уровень 2019 г. В 2019 г. вклад туризма в мировой ВВП превысил 10,3%. В 2022 г. соответствующий показатель составил 7,6% мирового ВВП<sup>225</sup>.

Ожидается, что также будут восстановлены до 95% уровня рабочих мест в сфере туризма от значений 2019 г. Так, в 2019 г. число рабочих мест в сфере туризма равнялось 333 млн, или 10% от общего числа всех рабочих мест. Также туризм является сферой, привлекательной для инвестиций: инвестиции в основной капитал в сфере туризма в благополучном 2019 г. составили 986,2 млрд долл. США, или 4,4% от общего объема инвестиций<sup>226</sup>.

Проведение крупных событийных мероприятий стало важным аспектом социальной, культурной и экономической инфраструктуры любой страны. Робертсон, Чемберс и Фрю утверждают, что крупные события стали основными драйверами социальной и экономической жизни<sup>227</sup>. Так, например, в Соединенных Штатах в среднем проходит примерно 1,8 млн мероприятий в год, которые приносят около 393 млрд долл. США в ВВП, обеспечивают занятость в 1,8 млн рабочих мест и формируют чуть более 109 млрд долларов всех расходов на деловые поездки<sup>228</sup>.

Таким образом, крупные события могут быть использованы для развития туризма, экономики и социальной сферы как на местном, так и на региональном и международном уровне. Событийные мероприятия могут включать в себя фестивальную и спортивную составляющие, предоставляя людям уникальные возможности заниматься развлекательной, спортивной, общественной и деловой деятельностью, формируя далеко идущие экономические выгоды для принимающего региона. Событийный туризм также является неотъемлемой частью стратегий диверсификации, призванной обеспечить дополнительные преимущества для отельеров, ресторанного бизнеса и культурных объектов в так называемый низкий сезон, одновременно повышая маркетинговые связи с другими продуктами и услугами в регионе.

*По масштабу* событийные мероприятия можно разделить на ло-

---

<sup>225</sup> Global Travel & Tourism Catapults Into 2023 Says WTTC. URL: <https://wtcc.org/news-article/global-travel-and-tourism-catapults-into-2023-says-wtcc#:~:text=New%20York%2C%20U.S.%3A%20The%20World,travel%20was%20at%20its%20highest> (дата обращения: 15.03.2024).

<sup>226</sup> Статистический бюллетень Росстата ко Всемирному Дню туризма – 2022. URL: [rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism\\_2022.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf) (дата обращения: 15.03.2024).

<sup>227</sup> Roberson M., Chambers D., Frew E. Events and Festivals: Current Trends and Issues // *Managing Leisure*. 2007. № 12. P. 99–101.

<sup>228</sup> Meetings and Events Industry Facts of the United States of America // *Meetings Professional International*. 2016. URL: [https://www.mpiweb.org/docs/default-source/moveforward/moveforward\\_industryfacts-2015.pdf](https://www.mpiweb.org/docs/default-source/moveforward/moveforward_industryfacts-2015.pdf) (дата обращения: 15.03.2024).

кальные, региональные, национальные и международные. Два последних типа можно отнести к так называемым мега-событиям. По организаторам и источникам финансирования событийные мероприятия можно разделить на организованные органами власти, некоммерческими организациями или бизнес-структурами, а также смешанные мероприятия. По частоте проведения событийные мероприятия можно разделить на разовые и повторяющиеся с определенной периодичностью (ежегодно, раз в два, четыре года и т.д.); по продолжительности – на однодневные и многодневные; по месту проведения – на открытом воздухе или в помещении; по времени проведения – проводимые в высокий или низкий сезон. Важным преимуществом событийного туризма является то, что организация события в низкий сезон позволяет выровнять спрос и равномерно загрузить туристическую инфраструктуру региона.

Согласно типологии событийного туризма, предложенного D. Getz, можно выделить восемь основных направлений событийного туризма<sup>229</sup>:

- праздничные события (фестивали, карнавалы, религиозные и памятные события);
- государственные и политические события (саммиты, государственные церемонии и мероприятия, политические события, визиты VIP персон);
- культурные события (концерты, церемонии награждения);
- деловые события (деловые встречи и переговоры, церемонии открытия проектов, торговые выставки, ярмарки, презентации, шоу);
- образовательные и научные события (конгрессы, форумы, олимпиады, конференции, семинары, хакатоны, круглые столы, презентации);
- спортивные события (Олимпиады, паралимпиады, спартакиады, соревнования);
- развлекательные события (мероприятия, презентации, шоу);
- частные события (свадьбы, вечеринки, социальные мероприятия).

По данным Международной ассоциация конгрессов и конференций ICCA, индустрия событийных мероприятий практически восстановилась после офлайн-паузы, связанной с пандемией Covid-19. К концу 2022 г., по данным ICCA, примерно 85% мероприятий проводились в офлайн-режиме (около 9000 офлайн-мероприятий из 10500). Несмотря на то, что общее число мероприятий 2022 г. еще не достигло предпандемийного уровня (13254 мероприятия в 2019 г.)<sup>230</sup>, общий тренд развития отрасли является положительным. Отметим, что мето-

---

<sup>229</sup> Getz D. Event Tourism: A Definition, Evolution and Research // Tourism Management. 2008. № 29. P. 403–428.

<sup>230</sup> ICCA Business Analytics 2022 Country & City Rankings Public Abstract. Amsterdam.

дика ICCA учитывает только такие событийные мероприятия, которые соответствуют определенным критериям отбора: чередуются между, как минимум, тремя странами, имеют подтвержденную посещаемость не менее 50 участников и проводятся на регулярной основе.

Структура событийных мероприятий 2022 г. по макрорегионам представлена на рис. 2.5.1. Абсолютным лидером по числу проведенных мероприятий является Европа, где состоялось более 5,5 тысяч мероприятий (63% от общемирового показателя). На втором месте оказалась Северная и Латинская Америка, где прошло более 1,7 тыс. мероприятий (19%), на третьем – Азия (1,2 тыс. мероприятий, или 14%). Количество событийных мероприятий, состоявшихся в Африке и на Ближнем Востоке, является значительно более низким – 0,3 и 0,1 тыс. (или 3% и 1%), соответственно.

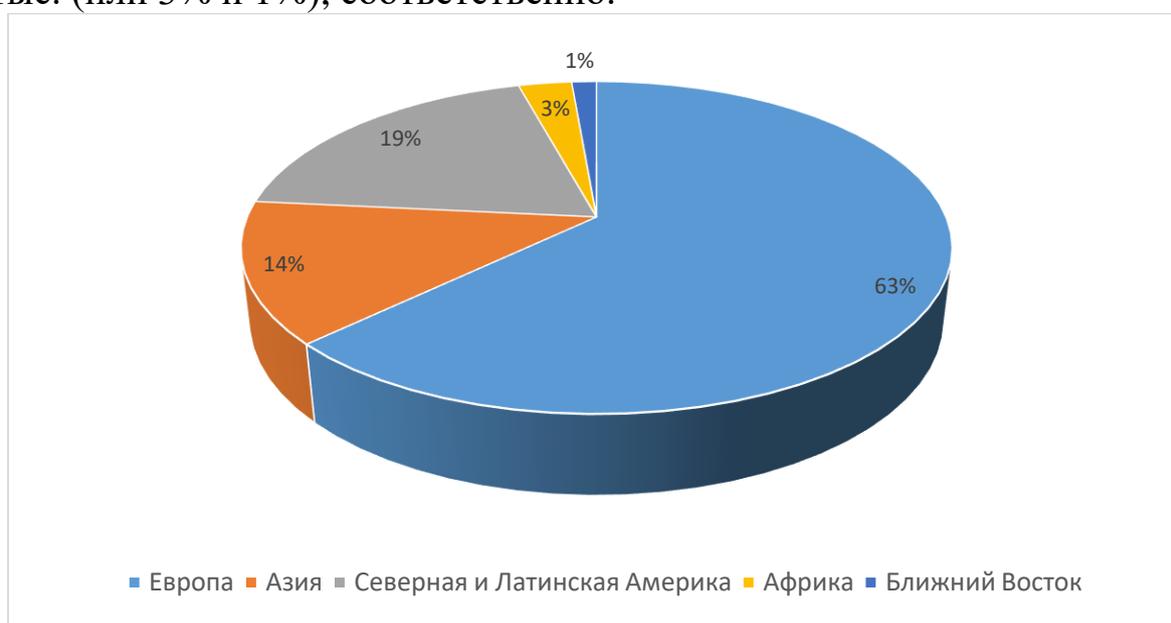


Рис. 2.5.1. Структура событийных мероприятий 2022 года<sup>231</sup>

Среди стран – лидеров 2022 года по числу проведенных мероприятий можно выделить США, Испанию, Италию, Германию, Францию, Великобританию, Португалию, Нидерланды, Бельгию, Канаду, Австрию, Японию, Грецию, Швецию, Швейцарию, Данию, Южную Корею, Ирландию, Норвегию, Чехию и Финляндию (табл. 2.5.1). Таким образом, событийный маркетинг наиболее активно используется развитыми странами и особенно популярен в Европейском союзе. В целом на долю Топ-20 стран пришлось более двух третей из общего числа проведенных событийных мероприятий 2022 г. Абсолютным лидером по числу проведенных событийных мероприятий являлись США, где в 2022 г. состоялось 690 мероприятий, или 7,7% от общего их числа. На втором и третьем местах расположились Испания и Ита-

<sup>231</sup> ICCA Business Analytics 2022 Country & City Rankings Public Abstract. Amsterdam.

лия с 528 (5,9%) и 522 (5,8%) мероприятиями, соответственно<sup>232</sup>.

Важно также отметить, что несмотря на то, что по общему числу мероприятий предпандемийный уровень еще не достигнут, в ряде стран их количество превзошло уровень 2019 г. Так, например, в Ирландии состоялось на 14 мероприятий больше, чем в 2019 г.; Норвегии – на 11; Греции – на 8; Бельгии, Австрии, Дании, Финляндии – на 5; Чехии – на 4; Италии и Португалии – на 3; Испании и Швейцарии – на 2; Нидерландах и Канаде – на 1<sup>233</sup>.

Таблица 2.5.1

**Страны-лидеры по количеству событийных мероприятий в 2022 г.**

Рейтинг	Страна	Количество мероприятий	Рост / снижение в 2022 г. по сравнению с 2019 г.
1	США	690	0
2	Испания	528	+2
3	Италия	522	+3
4	Германия	484	-2
5	Франция	472	-2
6	Великобритания	449	-1
7	Португалия	294	+3
8	Нидерланды	253	+1
9	Бельгия	234	+5
10	Канада	233	+1
11	Австрия	232	+5
12	Япония	228	-4
13	Греция	185	+8
14	Швеция	179	0
15	Швейцария	175	+2
16	Дания	169	+5
17	Южная Корея	162	-4
18	Ирландия	152	+14
19	Норвегия	148	+11
20	Чехия	146	+4
21	Финляндия	145	+5

Таким образом, в четырнадцати странах из Топ-20 событийная индустрия значительно активизировалась, что привело к определенным изменениям в рейтинге.

Так, например, увеличение числа событийных мероприятий в Испании (+2) и Италии (+3) в 2022 г. позволило им занять вторую и третью позиции, сместив Германию и Францию. Португалия (+3) и Нидерланды (+1) также усилили свои позиции в рейтинге, заняв седьмое и восьмое места, соответственно. Бельгия (+5) и Канада (+1) смогли войти в Топ-10, заняв девятое и десятое места, соответственно. Чехия (+4) и Швейцария (+2) также усилили свои позиции в 2022 г. по сравнению с 2019 г. Россия в данном рейтинге стран по числу событийных мероприятий за 2022 г. находится на 89 месте, разделив его с та-

<sup>232</sup> ICCA Business Analytics 2022 Country & City Rankings Public Abstract. Amsterdam.

<sup>233</sup> Там же.

кими странами, как Бахрейн, Гондурас, Макао, Нигерия. Это связано с тем, что ИССА было учтено всего шесть российских мероприятий. В аналогичном рейтинге среди европейских стран Россия занимает 39 место<sup>234</sup>.

В рейтинге городов по числу событийных мероприятий в 2022 г. лидирует Вена с приростом в 5 мероприятий по сравнению с 2019 г. (табл. 2.5.2). Лиссабон и Барселона сохранили в новом рейтинге второе и четвертое места, соответственно. Париж занял третье место. Пятёрку городов-лидеров замыкает Прага. Среди новичков Топ-10 можно отметить Афины (+9) и Брюссель (+19), занявшие восьмое и девятое места. Дублин (+5) и Рим (+4) укрепили свои позиции в Топ-20, заняв одиннадцатое и четырнадцатое места, соответственно. Скандинавские города Хельсинки (+13), Осло (+18) и Стокгольм (+4), а также итальянский Милан (+14) впервые вошли в рейтинг Топ-20<sup>235</sup>. Российские города в рейтинге ИССА не представлены.

Таблица 2.5.2

**Города – мировые лидеры по количеству событийных мероприятий в 2022 г.**<sup>236</sup>

Рейтинг	Страна	Количество мероприятий	Рост / снижение в 2022 г. по сравнению с 2019 г.
1	Вена	162	+5
2	Лиссабон	144	0
3	Париж	134	-2
4	Барселона	133	0
5	Прага	129	+4
6	Мадрид	128	-1
7	Берлин	113	-4
8	Афины	109	+9
9	Брюссель	108	+19
10	Лондон	106	-2
11	Дублин	105	+5
12	Копенгаген	102	0
13	Сингапур	101	-6
14	Рим	79	+4
15	Амстердам	73	-1
16	Хельсинки	69	+13
17	Осло	67	+18
18	Буэнос Айрес	66	-7
19	Сеул	66	-3
20	Стокгольм	66	+4
20	Милан	66	+14

Эмпирические исследования влияния событийного туризма на территориальное развитие европейских городов и регионов подчеркивают повторное привлечение посетителей к историческим, коммерче-

<sup>234</sup> ICCA Business Analytics 2022 Country & City Rankings Public Abstract. Amsterdam.

<sup>235</sup> Там же.

<sup>236</sup> Там же.

ским, духовным и социальным брендам<sup>237</sup>, что ведет к реконструкции городов<sup>238</sup>, стимулируя экономический рост<sup>239</sup> и создавая узнаваемый бренд дестинации<sup>240</sup>. Австрия (Вена), Португалия (Лиссабон), Франция (Париж), Испания (Барселона) и Чехия (Прага) вошли в пятерку лучших мест для встреч и мероприятий в Европе по версии ICSSA<sup>241</sup>.

Кроме того, в Европе существуют крупные политические проекты, разработанные в рамках Соглашений Европейского сообщества (European Community Agreements (ECAs)), которые способствовали росту событийного туризма и способствовали его развитию как нишевого сектора. Большинство европейских и североамериканских городов и регионов также создают не только комиссии по развитию событийных мероприятий, но и целые организации, деятельность которых направлена на ускорение социально-экономического развития в городах посредством проведения крупных событийных мероприятий – так называемые Destination Marketing Organizations (DMOs) и Convention & Visitors Bureaus (CVBs).

DMOs/CVBs (например, такие как Visit Pittsburgh, Meet Minneapolis и San Francisco Travel) являются основным источником информации об отелях, объектах, достопримечательностях, ресторанах и мероприятиях и призваны быть первым контактом при планировании событийного мероприятия. Они являются некоммерческими организациями, которые в основном финансируются местными органами власти обычно за счет части налогов на проживание в отелях. Их миссия – способствовать долгосрочному развитию и маркетингу дестинации, уделяя особое внимание продажам конгрессов, туристическому маркетингу и услугам. Как подразделение туристического маркетинга дестинации, CVB отвечает за информирование общественности и, в конечном итоге, за бронирование встреч и мероприятий, которые способствуют развитию региона.

Кроме того, Европейская туристическая комиссия (European Travel

---

<sup>237</sup> Lyck Lise, Phil Long, Allan Xenious Grige. *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis*. Frederiksberg Bogtrykkeri, Denmark: Copenhagen Business School Publications, 2012.

Mallen Cheryl, Lorne J. Adams. *Event Management in Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions*. 3rd Edition. London and New York: Routledge, 2013.

<sup>238</sup> Burbank Matthew, Andranovich Greg, Heying Charles. *Mega-Events, Urban Development and Public Policy // Review of Policy Research*. 2002. № 19 (3). P. 179–202.

<sup>239</sup> Kennelly Millicent. *We've Never Measured It but It Brings in A Lot of Business: Participatory Sport Events and Tourism // International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2017. № 29 (3). P. 883–899.

<sup>240</sup> Korchagina E., Shignanov R. *Development of the North Baikal as a tourist destination: Problems and perspectives // Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020: Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA), Milan, 25th–26th April 2018*. Milan: International Business Information Management Association, 2018. P. 3751–3756.

Korchagina E., Shignanov R. *Study of the North Baikal region attractiveness for domestic tourism development // Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020: Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA), Milan, 25th–26th April 2018*. Milan: International Business Information Management Association, 2018. P. 2994–3003.

<sup>241</sup> ICSSA Business Analytics 2022 Country & City Rankings Public Abstract. Amsterdam.

Commission, ETC) предоставляет существенную помощь в маркетинге 27 европейских национальных туристических организаций за пределами европейских границ: например, в США, Канаде, Японии для позиционирования городов, регионов и стран Европейского союза как идеальной локации для событийных мероприятий. В феврале 2017 г. было объявлено, что Европа стала главным партнерским направлением ITB China (International Tourism Bureau China) 2017. Этот шаг был расценен как решающий для продвижения Европы на китайском рынке, а также для понимания потребностей китайцев в Европейском туристическом сообществе (European Tourism Community ETC).

Другие региональные туристические организации, такие как Южно-Тихоокеанская туристическая организация (South Pacific Tourism Organisation, SPTO), Азиатско-Тихоокеанская туристическая организация (Asia Pacific Tourism Organisation, APTO), Туристическая ассоциация АСЕАН (ASEAN Tourism Association) и Конфедерация туристических организаций Латинской Америки (Confederación de Organizaciones Turísticas de la América Latina) также сыграли ключевую роль в продвижении программ туризма своих регионов.

Ключевыми факторами роста событийного туризма в регионе являются инвестиции в инфраструктуру проведения мероприятий (включая увеличение количества выставочных площадок, конференц-центров, мест размещения и развлекательных заведений), сотрудничество с маркетплейсами мероприятий (такие как IMEX, EIVTM), отраслевыми ассоциациями (PCMA, ICCA, MPI, ICCA), региональное сотрудничество и создание партнерских сетей. Каприелло и Ротерхэм отмечают, что сосредоточение внимания на построении сетевых отношений со стейкхолдерами имеет решающее значение для реализации максимального воздействия событийных мероприятий на развитие региона<sup>242</sup>. Связи со стейкхолдерами позволяют решать фундаментальные задачи, которые влияют на успех и/или провал событийных мероприятий, включая финансирование, маркетинг, развитие инфраструктуры, инновации, а также социально-экономические последствия.

Регионам часто приходится проводить ребрендинг, чтобы улучшить позиционирование своих брендов. Маркетинг территорий постоянно использует события как средство достижения ключевых целей туризма. Например, Бермудские острова позиционируют себя на американском рынке мероприятий, используя слоган «sometimes you have to leave the country to get any work done», что обещает продуктивные встречи в непринужденной обстановке. Канкун в Мексике по-

---

<sup>242</sup> Capriello A., Rotherham I. Building a Preliminary Model of Event Management for Rural Communities // Journal of Hospitality Marketing & Management 2011. № 20. (3-4). P. 246-264. DOI 10.1080/19368623.2011.562411.

позиционируется как «the meeting place for sun worshipers», делая акцент на идеальном месте встречи для туристов. Гонконг обращается к рынку туризма с заявлением «when they've reached the top, send them to the peak», имея в виду пик Виктория, крупный туристический объект в Гонконге. Фишер-Айленд, роскошный жилой район во Флориде, позиционирует себя как место «where people who run things can stop running»<sup>243</sup>. Все эти дестинации стремятся расширить свои туристические рынки и привлечь туристов со всего мира.

Как уже отмечалось выше, событийный туризм обеспечивает дополнительные поступления в бюджет, создание новых рабочих мест, развитие инфраструктуры, сохранение и модернизация объектов культурного наследия, повышение качества жизни местного населения. Так, например, ежегодный Карнавал в Рио-де-Жанейро собирает в среднем 700 тысяч туристов и вносит трехкратный вклад в экономику страны с точки зрения роста ВРП по сравнению с его стоимостью. Каннский кинофестиваль во Франции собирает около 400 тысяч зрителей ежегодно. Расчеты показывают, что помимо привлечения дополнительных финансовых поступлений в экономику региона, благодаря данному Фестивалю создается более 2 тысяч рабочих мест<sup>244</sup>.

В зависимости от степени развития туризма в регионе при организации событийного мероприятия необходимо реализовать систематическое планирование, которое должно включать: выявление целевой аудитории; создание привлекательного туристского продукта с учетом потенциала и особенностей территории; создание сетевого взаимодействия с различными стейкхолдерами для продвижения и поддержки событийного мероприятия среди заинтересованных групп. При этом нужно учитывать, что развитие событийного туризма, как и других видов туризма, имеет не только положительные, но и отрицательные последствия. Некоторые из них имеют краткосрочный эффект, другие – долгосрочный, а в ряде случаев даже необратимый.

К краткосрочным можно отнести повышение цен на товары и услуги во время проведения мероприятий; временное увеличение нагрузки на инфраструктуру; ухудшение криминогенной обстановки; снижение привлекательности дестинации для обычных туристов, дополнительные затраты бюджета как на проведение самих событийных мероприятий, обеспечение сопутствующих сервисов, включая безопасность и доступ к инфраструктуре, так и на компенсацию «последствий» мероприятия, включая вывоз мусора, ремонт объектов

---

<sup>243</sup> Susic V., Dordevic D. The Place and Role of Events in the Tourist Development of the Southwest Serbia Cluster // Facta Universitatis Series: Economics and Organizations. 2011. № 8 (1). P. 69–81.

<sup>244</sup> Kozhevnikova A.S., Karabaeva A.Z. Event tourism abroad in Geographical sciences and education: materials of the 10th All-Russian Scientific and Practical Conference, 2017. P. 111–113.

инфраструктуры и пр. К долгосрочным последствиям можно отнести рост цен на недвижимость в принимающих регионах, увеличение антропогенной нагрузки на туристические дестинации из-за негативного изменения экологической обстановки (загрязнение окружающей среды, шумовое загрязнение и пр.); дополнительные расходы бюджета на содержание инфраструктуры, не востребованной по окончании событийного мероприятия.

В России существует свой региональный рейтинг, оценивающий потенциал регионов как событийных дестинаций. Он ежегодно формируется Выставочным научно-исследовательским центром (ВНИЦ R&C). Расчет рейтинга учитывает 26 показателей, объединенных в 6 групп: «Продвижение региона как событийной дестинации», «Событийная инфраструктура», «Политика региона в области событийной индустрии», «Событийный туризм в регионе», «Туристический потенциал» и «Опыт проведения крупных международных мероприятий в регионе»<sup>245</sup>.

По результатам рейтингования регионы делятся на четыре группы. Первая включает регионы – лидеры в области событийного туризма, которые занимают двадцать верхних позиций рейтинга и демонстрируют высокие результаты во всех блоках. Вторая группа также включает двадцать позиций, занятых регионами, которые имеют высокие результаты по одному из оцениваемых блоков показателей. В третью группу входят следующие двадцать позиций, отстающие от лидеров в силу недостаточного развития соответствующей инфраструктуры. Четвертая группа является самой большой и включает 25 позиций. В ней оказались регионы, не имеющие удовлетворительных условий для развития событийного туризма. Важно отметить, что в итоговом рейтинге не учитываются результаты Москвы и Московской области, т.к. они обладают исключительными ресурсными возможностями. Топ-20 российских регионов по развитию событийного потенциала в 2023 г. представлены в табл. 2.5.3.

Рейтинг регионов в 2023 г. возглавляет Санкт-Петербург, на втором месте находится Свердловская область, на третьем – Республика Башкортостан. Для Республики Башкортостан третья позиция в рейтинге стала большим успехом, обусловленным высокими показателями событийного туризма и вовлеченностью руководства в развитие туристической индустрии.

---

<sup>245</sup> Восстановительный рост. Рейтинг событийного потенциала регионов России – 2023. Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ R&C). URL: <https://micemap.ru/wp-content/uploads/2024/01/reiting-sobytiinogo-potencziala-regionov-rossii-2023.pdf> (дата обращения: 15.03.2024).

Таблица 2.5.3

**Топ-20 российских регионов по развитию событийного потенциала  
в 2023 г.<sup>246</sup>**

Регион	Динамика 2023/2022	Место в рейтинге									
		2023	2022	2021	2020	2019	2018	2017	2016	2015	2014
Санкт-Петербург и Ленинградская область	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	-
Свердловская область	0	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
Республика Башкортостан	+2	3	5	6	5	5	6	6	8	11	7
Республика Татарстан	-2	4	2	3	3	3	3	4	5	5	4
Краснодарский край	-2	5	3	5	7	7	5	7	4	4	3
Нижегородская область	0	6	6	4	11	11	7	5	7	8	-
Новосибирская область	+10	7	17	34	24	13	14	14	9	-	7
Красноярский край	+2	8	10	8	8	8	10	21	17	15	-
Пермский край	+2	9	11	17	35	35	37	18	19	16	8
Калининградская область	-6	10	4	12	6	6	11	8	16	20	-
Самарская область	-2	11	9	9	9	9	8	16	18	18	12
Тюменская область	+4	12	16	14	25	25	21	13	20	21	13
Мурманская область	-5	13	8	10	14	14	17	9	12	13	-
Приморский край	-7	14	7	7	10	10	18	10	6	6	-
Архангельская область	+6	15	21	20	22	22	22	23	-	-	-
Иркутская область	-2	16	14	21	19	12	12	15	17	8	9
Кемеровская область	-5	17	12	11	17	17	23	27	48	37	-
Республика Крым	-5	18	13	18	34	34	26	49	-	-	-
Владимирская область	-4	19	15	15	20	20	25	30	-	-	-
Республика Карелия	+4	20	24	23	40	43	39	-	-	-	-

На четвертом месте находится Республика Татарстан, имеющая высокие показатели в организации крупных международных мероприятий. Среди наиболее важных из них следует выделить Саммит глав государств БРИКС и Игры будущего – первый международный

<sup>246</sup> Восстановительный рост. Рейтинг событийного потенциала регионов России – 2023. Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ R&C). URL: <https://micemap.ru/wp-content/uploads/2024/01/reiting-sobytiinogo-potencziala-regionov-rossii-2023.pdf> (дата обращения: 15.03.2024).

мультиспортивный турнир в формате фиджитал (оба мероприятия состоятся в 2024 г.). На пятом месте находится Краснодарский край, имеющий высокий уровень развития всех компонентов инфраструктуры и большой опыт реализации крупных мероприятий. Шестое место занимает Нижний Новгород, обладающий развитой событийной инфраструктурой. На седьмом месте находится Новосибирская область, существенно улучшившая позиции за прошлый год (с 17 до 7 места) за счет разработки пула крупных международных мероприятий и успешного их продвижения. На восьмом месте располагается Красноярский край, поднявшийся на две позиции за счет восстановления показателей транспортной доступности после пандемии Covid-19. На девятом месте – Пермский край, также поднявшийся на две строчки вверх за счет прогресса в продвижении туристической индустрии региона. Наконец, на десятом месте оказалась Калининградская область, позиции которой снизились на шесть пунктов за счет снижения активности по продвижению на внешних рынках.

Следующую десятку открывает Самарская область, занявшая одиннадцатое место из-за снижения рейтинга на две позиции в связи с сокращением числа крупных международных мероприятий. Тюменская область вышла на двенадцатое место, улучшив позиции на четыре строчки рейтинга за счет роста международной активности и расширения отельной инфраструктуры. На тринадцатом месте – Мурманская область, потерявшая пять строчек рейтинга в 2023 г. из-за отсутствия продвижения за рубежом. На четырнадцатой позиции оказался Приморский край, также снизивший свои позиции в рейтинге на семь пунктов. Снижение произошло из-за сокращения гостиничных номеров, ухудшения транспортной доступности, а также отмены субвенций на организацию бизнес-мероприятий. На пятнадцатом месте находится Архангельская область, улучшившая свои позиции на шесть пунктов за счет роста числа международных мероприятий.

На шестнадцатом месте оказалась Иркутская область, снизившая свои позиции на два пункта из-за интенсивного роста событийного туризма в Архангельской и Тюменской областях. Кемеровская область спустилась на семнадцатое место, ухудшив позиции в рейтинге на пять пунктов из-за снижения активности по продвижению национальных и международных мероприятий. Республика Крым также ухудшила свои позиции на пять пунктов и оказалась на восемнадцатом месте в связи со снижением активности по продвижению. На девятнадцатом месте находится Владимирская область, опустившаяся на четыре позиции в связи с отсутствием финансирования событийного туризма в 2023 г. Наконец, на двадцатом месте оказалась Республика Карелия, поднявшаяся на четыре позиции в связи с ростом

числа крупных событийных мероприятий.

В целом итоги 2023 г. демонстрируют восстановление отрасли событийного туризма в российских регионах. Это выражается, в первую очередь, в росте числа регулярных событийных мероприятий на 15% по сравнению с прошлым годом, в том числе за счет развития крупных проектов. Во-вторых, следует отметить рост международных мероприятий на 20% по сравнению с предыдущим годом, в котором событийная индустрия серьезно пострадала от отмены мероприятий из-за беспрецедентных западных санкций в отношении России. В-третьих, наблюдается улучшение показателей транспортной доступности российских регионов в связи с восстановлением авиасообщения, включая международное, в городах Поволжья, Сибири, Урала и Юга России<sup>247</sup>. Данные положительные изменения позволили российским регионам отказаться от предоставления налоговых льгот предприятиям событийной индустрии, сохранив лишь меры финансовой поддержки отдельных наиболее значимых мероприятий. Также можно отметить трансформацию отрасли событийного туризма в связи с изменением вектора развития. Сегодня в приоритете оказывается внутренний туризм, что приводит к переориентации ряда регионов на расширение русскоязычных версий туристических порталов при сокращении или отказе от англоязычных версий. В прошлом году из федерального бюджета были выделены специальные субсидии для развития событийного туризма и привлечение российских туристов в 36 российских регионах. Рост числа крупных событийных мероприятий в 2023 г. был обусловлен замещением приостановленных или закрытых из-за санкционного давления проектов новыми, связанными с развитием сотрудничества со дружественными России странами, включая стран - участниц БРИКС, ШОС и т.д.

Развитие отрасли событийного туризма в 2023 г. было поддержано ростом гостиничной инфраструктуры, в первую очередь, в сетевом сегменте. Так, число сетевых отелей в 2023 г. выросло до 437, или на 16% по сравнению с предыдущим годом<sup>248</sup>. Среди отельных сетей, активно развивавшихся в прошлом году, можно отметить как крупных федеральных игроков («Азимут», «Амакс», «Космос»), так и региональных («Богемия» в Саратовской области, «Точка на карте» – в Ленинградской и Республике Карелия, «USTANotels» в Свердловской области). Также следует подчеркнуть развитие коммуникационной компоненты событийного туризма. Так, все российские регионы были

---

<sup>247</sup> Восстановительный рост. Рейтинг событийного потенциала регионов России – 2023. Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ R&C). URL: <https://micemap.ru/wp-content/uploads/2024/01/reiting-sobytiinogo-potencziala-regionov-rossii-2023.pdf> (дата обращения: 15.03.2024).

<sup>248</sup> Там же.

представлены на Международной выставке-форуме «Россия», причем 87% из них продвигали себя не менее, чем в двух событийных мероприятиях, реализуемых в РФ. В 2024 г. следует ожидать продолжение периода восстановительного роста событийной индустрии, в котором будут представлены как внутреннее, так и внешнее направления, ориентированные на развитие сотрудничества с дружественными странами. При этом развитие внутреннего событийного туризма будет сопряжено с усилением конкуренции между регионами, что повысит потребность в разработке эффективной маркетинговой стратегии туристической дестинации, а также в усилении дифференциации и конкурентных преимуществ региональных событийных брендов.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Современное развитие регионов подвержено влиянию большого количества факторов как внешних, так и внутренних, что формирует разнонаправленные тенденции в деятельности предприятий различных сфер региональной экономики, включая сферу услуг.

Актуальность исследования различных аспектов развития сферы услуг в России не вызывает сомнений – последние 25 лет порядка 60% ВВП России создается именно в данной сфере. Важность сферы услуг для развития государства, для обеспечения устойчивого экономического роста и повышения качества жизни населения определяется не только долей этого сектора в ВВП, но и таким важным показателем, как численность занятых. По данным Росстата на 2022 г., доля занятых в сфере услуг составила 66,5% (в 1991 г. – 42%).

В целом речь идет об активном развитии сервисной экономики, сервисного государства. В условиях постиндустриального общества, цифровизации всех сфер общественной жизни вектор экономической активности смещается из сферы материального производства в сферу услуг, что является важнейшей характеристикой сервисной экономики.

Как в сфере экономики, так и в сфере публичного управления целевой установкой развития сферы услуг является повышение качества услуг, механизма и технологий их предоставления, что способствует снижению транзакционных издержек и увеличению объемов экономической деятельности.

В связи с этим важными задачами становится систематизация методов и инструментов государственного регулирования развития сферы услуг, способных обеспечить его устойчивость, оценка эффективности их применения в различных отраслях, исследование взаимосвязи устойчивого социально-экономического развития регионов, отдельных отраслей сферы услуг, экономической безопасности, выявление драйверов, способствующих формированию синергетического эффекта.

Обобщение мирового и отечественного опыта государственного и муниципального управления сферой услуг, положений, содержащихся в теоретических разработках по данной теме, позволяют выделить широкий спектр методов и инструментов публичного управления:

- программно-целевой метод (определение целей, задач и приоритетных направлений развития отраслей сферы услуг в рамках разработки государственной политики на федеральном и региональном уровнях и муниципальной политики);
- правовое регулирование сферы услуг;
- лицензирование, стандартизация и регламентация в сфере услуг;

- государственная поддержка социально значимых отраслей сферы услуг с помощью создания соответствующей инфраструктуры;
- экономическое (финансовое) регулирование;
- контрольно-надзорные методы, основанные на риск-ориентированном подходе, и др.

Анализ показал, что все методы и инструменты неразрывно взаимосвязаны между собой и в совокупности образуют механизм государственного управления сферой услуг. Стремительные изменения в обществе, цифровизация сферы услуг требуют разработки научно-обоснованных подходов к определению механизмов, которые будут использовать органы публичного управления для поддержки и развития новых приоритетных услуг, среди которых важнейшее место занимает программно-целевой подход.

Ряд отраслей сферы услуг (здравоохранение, образование, жилищно-коммунальные услуги и др.) являются жизненно важными для населения, в связи с чем контролируются и финансируются государством. В данной монографии рассмотрены приоритетные направления государственной политики сферы здравоохранения, поскольку она определяет демографическую безопасность территории, сохранение трудового потенциала населения. Создание эффективной конкурентоспособной экономики невозможно без обеспечения условий для профилактики, сохранения и укрепления здоровья, работоспособности и повышения продолжительности жизни граждан. В соответствии с этим государственная политика в сфере здравоохранения направлена на совершенствование охраны здоровья населения, предоставления им медицинской помощи.

Анализ государственных проектов и программ на федеральном и региональном уровне показал, что предпринимаются значительные усилия по формированию высокоэффективной модели здравоохранения. Тем не менее, сложившаяся система здравоохранения решает определенные задачи по охране здоровья населения, но требует совершенствования для того, чтобы обеспечить полную реализацию целей и задач, представленных в документах, определяющих основные направления государственной политики развития сферы здравоохранения. Наиболее ярко проблемы предоставления услуг здравоохранения проявляются на региональном уровне, среди которых особо значимыми выступают проблемы кадрового обеспечения. Органам публичного управления следует обратить внимание на вопросы повышения престижности профессии медицинского работника. Разработка инструментов развития здравоохранения, учитывающая возникающие риски, будет способствовать устойчивому развитию данной отрасли.

Обеспечение экономической безопасности сферы услуг региона

является необходимым условием для развития всех субъектов хозяйствования, органов государственного и муниципального управления, всестороннего учёта интересов потребителей в стратегической перспективе. Создание эффективной системы экономической безопасности с учетом современных тенденций и геополитических рисков на современном этапе развития РФ – важнейшая и сложнейшая задача, решение которой необходимо для сохранения целостности и экономического суверенитета страны.

Решение этой задачи определяется рядом элементов.

Первый – соблюдение интересов субъекта РФ в области экономического развития в целом и сферы услуг в частности при безусловном приоритете общенациональных интересов.

Второй элемент – мониторинг и оценка внешних и внутренних угроз экономической безопасности сферы услуг региона.

Третий элемент – формирование экономической политики, институциональных преобразований и развития необходимых механизмов и инструментов, которые способствуют смягчению воздействия угроз, подрывающих поступательное развитие региональной сферы услуг, и приводят к её дестабилизации.

И четвёртый элемент – это организационное обеспечение системы защиты экономической безопасности сферы услуг региона. Это системные и постоянные действия органов власти по выявлению, диагностированию и предотвращению угроз интересам сферы услуг конкретного субъекта Российской Федерации, его экономике в целом и социальному развитию, а также разработка мер по их предотвращению и нивелированию.

Для реализации этих элементов экономической безопасности сферы услуг региона необходимо наличие определённых инструментов, главными из них являются индикаторы экономической безопасности и их пороговые значения.

Для достижения экономической безопасности сферы услуг региона необходим системный подход, предполагающий:

- создание условий для развития сферы услуг по направлениям: инновации, благоприятный инвестиционный климат, развитие конкуренции и повышение качества услуг как основы устойчивости;
- обеспечение системной и действенной защиты прав потребителей;
- развитие кадрового потенциала, в том числе создание условий для постоянного обучения и переобучения в соответствии с потребностями отраслей сферы услуг;
- совершенствование инфраструктуры сферы услуг, создание условий для развития цифровой экономики с учётом необходимости защиты от киберугроз;

- создание системы мониторинга экономической безопасности сферы услуг на основе индикаторов экономической безопасности отраслей сферы услуг региона, в том числе включающей системы анализа трендов и уровня конкуренции, системы оценки рисков и угроз, что позволит своевременно реагировать на изменения.

Устойчивое развитие сферы услуг в целом зависит от устойчивости развития ее отраслей. Туризм может рассматриваться как перспективная отрасль, способная выступить драйвером не только экономического роста, но и комплексного развития территорий.

Устойчивое развитие туризма в настоящее время становится общим трендом отрасли. Традиционно устойчивое развитие рассматривается как триединство экологической, социальной и управленческой (в широком смысле) составляющих. Туризм напрямую влияет на достижимость показателей по некоторым целям устойчивого развития, принятым ООН, на другие цели туристская сфера влияет опосредованно.

В монографии в качестве одного из основных показателей развития туризма рассмотрено увеличение туристского потока, которое, как показал анализ, влияет на развитие территории как положительно, так и отрицательно. Положительными эффектами роста турпотока являются:

- увеличение дохода организаций туристской индустрии и инфраструктурных отраслей (что приводит к увеличению налоговых поступлений);

- рост количества организаций, задействованных в формировании, продвижении, реализации и непосредственном исполнении туристского продукта, и соответствующий ему рост занятости;

- развитие туристской инфраструктуры;

- при проведении грамотного позиционирования дестинации в рамках маркетинга территории улучшается имидж и растет популярность брендов как самой дестинации, так и региона в целом;

- расширяется ассортимент и повышается качество услуг в сферах, занятых обслуживанием туристов из-за необходимости обеспечения конкурентоспособности дестинации и региона на национальном туристском рынке;

- растет число видов поддержки и объем финансовых и других ресурсов, получаемых представителями малого и среднего бизнеса, деятельность которых прямо или косвенно связана с туристской деятельностью;

- для создания условий для приема туристов в дестинации увеличивается заинтересованность в реализации проектов формирования комфортной среды в городах и сельской местности, что улучшает

условия проживания не только туристов, но и местных жителей.

К негативным последствиям отнесены следующие:

- рост количества посещений дестинации приводит к повышению антропогенной нагрузки на территорию, в том числе из-за потребительского отношения туристов к месту проведения отдыха, что приводит к ухудшению экологической ситуации;

- популярность территории как места отдыха приводит к росту стоимости недвижимости в дестинации, что снижает возможность приобретения собственного жилья для местных жителей;

- использование туристами инфраструктурных объектов совместно с местными жителями (общественный транспорт, общественное питание, объекты досуга и др.) приводит к недовольству местных жителей из-за возникновения очередей, пробок, проблем с парковками и других последствий появления туристов в дестинации, что особенно ярко проявляется в высокий туристический сезон;

- появление в дестинации туристов с более высоким уровнем благосостояния, чем местные жители, может привести к росту криминальных происшествий, связанных с кражами, грабежами и другими преступлениями против туристов;

- увеличение числа вакансий в сфере туризма и сопутствующих отраслей может привести к перекосу перераспределения рабочей силы на региональном рынке труда, что приведет к диспропорциям в условиях возможного резкого падения спроса на рынке и/или ограничений, подобных тем, которые наблюдались во время пандемии COVID-19;

- строительство объектов туристской инфраструктуры изымает из хозяйственного оборота часть территории дестинации, в том числе привычные места отдыха местного населения (например, так называемые «дикие пляжи» и другие подобные рекреационные места), что может приводить к недовольству жителей дестинации.

При существенном увеличении туристского потока может наблюдаться овертуризм, т.е. ситуация, когда количество туристов превышает предельные антропогенные нагрузки на территорию. Поэтому необходимо развивать туризм на основе стратегических подходов, в том числе с учётом возможностей мастер-планирования территории.

Проведенный в монографии анализ сопоставления рейтингов и рэнкингов устойчивого развития регионов и устойчивого развития туризма позволяет сделать вывод, что регионы СЗФО показывают различные результаты в соблюдении требований устойчивого развития регионов в целом и туризма в частности. В целом можно сказать, что только Санкт-Петербург по результатам всех рассмотренных рейтингов и рэнкингов уделяет большое внимание устойчивости соци-

ально-экономического развития мегаполиса и устойчивому развитию туризма в условиях восстановления туристского потока после пандемии COVID-19. Остальные субъекты СЗФО демонстрируют противоречивые результаты, что находит отражение в распределении регионов в рейтинговых списках. Существенный разброс мест свидетельствует, скорее, об уделении внимания отдельным показателям в оценке устойчивого развития Р, чем реализации стратегических подходов к устойчивости развития.

Для соблюдения требований устойчивого развития туризма можно рекомендовать уделять больше внимания туристской инфраструктуре, т.к. многие показатели для оценки устойчивости развития туризма включают характеристики инфраструктурных объектов. Развитие туризма с учетом требований устойчивости может снизить негативные эффекты и усилить позитивные эффекты от роста туристского потока.

В современной сфере туризма быстро возникают и проходят апробацию новые подходы к предоставлению услуг, вовлекаются новые целевые группы потребителей, трансформируются традиционные маршруты, туристские дестинации, что формирует разнонаправленные инновационные тренды туристской деятельности как в мире, так и в нашей стране.

Инновации в сфере туризма могут быть связаны:

- с новыми организационными решениями в сфере туризма, методами и формами управления сферой туризма;
- с формированием и выводом на рынок нового турпродукта, нового маршрута, в том числе на основе инновационной модификации существующего;
- с использованием инновационных технологий, включая ИТ-технологии, в процессе предоставления туристских услуг;
- с нововведениями в составные элементы турпродукта, в частности, в средства размещения, экскурсионное обслуживание, что позволяет открыть новые рыночные ниши;
- с новыми подходами к развитию туристских дестинаций, что позволяет вовлечь в оказание туристских услуг новые ресурсы, в том числе человеческий капитал, а также новые территории;
- с новыми методами обслуживания как в процессе приобретения турпродукта, так и при его реализации;
- с инновационной деятельностью в объектах туристской инфраструктуры, которые могут быть вовлечены в оказание туристских услуг в рамках турпродукта, а также предоставлять услуги самостоятельным путешественникам;
- с освоением новых рынков и др.

Проведенное исследование показало, что инновации в туризме ди-

намично развиваются. Их направленность в большинстве случаев связана с ориентацией на устойчивое развитие как с точки зрения проблем окружающей среды, так и местных сообществ, а также региональной экономики. По мере расширения внутреннего туризма конкуренция за туриста будет становиться всё сильнее, что будет способствовать росту инновационной активности участников рынка, поиску инновационных идей, в том числе в других странах, а также обмену опытом между различными регионами.

Для развития туризма важное значение имеет брендинг туристического направления, который играет заметную роль в увеличении турпотока и создании уникального образа на рынке. Брендинг можно рассматривать как инструмент для привлечения внимания туристов и стимулирования развития всего туристического сектора.

Сильный бренд позволяет связать направление для путешествия с ожидаемыми туристом эмоциями и впечатлениями. Под одним брендом могут выступать разные организации инфраструктуры туризма, поэтому репутация всего бренда будет работать для каждой единицы туристического кластера, что позволит расширять ассортимент услуг, и, в конечном счете, туристический бренд станет стимулом развития экономики региона.

По итогам анализа брендинга можно сделать вывод о том, что наличие брендов у туристических направлений – явление уже давно сложившееся, однако целенаправленный территориальный брендинг – явление новое и развивающееся. Уже проведено брендинг различных регионов, но довольно сложно по открытым источникам установить то, на основе какой концепции производится брендинг и на каком этапе находится реализация стратегии продвижения бренда. Анализ косвенных данных позволяет оценить примеры удачной и последовательной работы, а также найти примеры «замерших» на этапе разработки брендбука брендов.

На этапе продвижения туристического бренда возможна адаптация подходов из других областей экономики, например, стратегий использования каналов коммуникации. Одной из хорошо разработанных в теории и отработанных на практике является кросс-канальная стратегия. Её применение возможно даже при небольшом объеме запланированных на маркетинг ресурсов, однако на переднем крае теоретической разработки и практического применения находится омни-канальная стратегия. Её особенности могут быть использованы в различном объеме для продвижения туристического бренда и на данный момент могут являться, скорее, экспериментом, нежели существующим рецептом, так как она сильно завязана на развитии интернет-технологий и обработке данных и совершенствуется вместе с этими

технологиями. В других областях эта стратегия уже показывает значительные успехи применения, а значит с ростом количества сильных туристических брендов, усилением конкуренции за туриста будет возрастать актуальность омниканального подхода.

Дальнейшее развитие отрасли туризма должно основываться на расширении использования принципов устойчивого развития. Государственным и частным компаниям при создании туристской инфраструктуры необходимо учитывать ESG-аспекты. Формирующийся на новых принципах внутренний туризм, объединяющий экологию, социальную составляющую и корпоративное управление, становится экономически выгоден всем участникам туристского рынка. Интеграция ESG-практик позволяет предприятиям гостеприимства повысить свою привлекательность для инвесторов, улучшить свою репутацию и снизить риски, связанные с изменениями климата и социальными проблемами.

Гостиничные предприятия, работающие на ESG-принципах, способствуют повышению экологической устойчивости совместно с партнерами путем введения, например, «Кодекса поведения поставщика», что позволяет отелю сотрудничать только с ответственными компаниями-партнёрами и совместно формировать стратегию устойчивого развития.

Деятельность предприятия индустрии гостеприимства может быть связана с поддержкой социальных инициатив и благотворительных проектов. Отель и его партнеры совместно организуют мероприятия, собирают средства и предоставляют помощь нуждающимся, обеспечивая тем самым положительный социальный имидж как активного участника общественной жизни. Применение ESG-принципов способствует взаимному росту и развитию отеля и его партнеров. Взаимная поддержка и совместные мероприятия могут приводить к увеличению числа клиентов, повышению прибыли и расширению бизнеса для всех заинтересованных сторон.

Одним из перспективных направлений туризма с точки зрения устойчивого социально-экономического развития региона является событийный туризм, который выступает важным компонентом социальной и экономической системы региона. В социальном плане организация крупных событий может рассматриваться как средство укрепления сплоченной и интегрированной социальной системы на уровне региона или страны в целом. В экономическом плане крупные события играют важную роль в стимулировании торговли, туризма, гостиничного бизнеса и сферы услуг.

Крупные события могут быть использованы для развития туризма, экономики и социальной сферы как на местном, так и на региональ-

ном и международном уровне. Событийные мероприятия могут включать в себя фестивальную и спортивную составляющие, предоставляя людям уникальные возможности заниматься развлекательной, спортивной, общественной и деловой деятельностью, формируя далеко идущие экономические выгоды для принимающего региона. Событийный туризм также является неотъемлемой частью стратегий диверсификации, призванной обеспечить дополнительные преимущества для отельеров, ресторанного бизнеса и культурных объектов в так называемый низкий сезон, одновременно повышая маркетинговые связи с другими продуктами и услугами в регионе.

Таким образом, формирование условий для экономической деятельности отраслей сферы услуг с использованием современных методов, механизмов и инструментов государственного и муниципального управления, разрабатываемых с учётом закономерностей функционирования предприятий сферы услуг и целей устойчивого развития, будет в стратегической перспективе способствовать достижению устойчивого социально-экономического развития территорий и регионов и росту качества жизни населения.

## СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Генеральное соглашение по торговле услугами (ГАТС/GATS) (Заключено в г. Марракеше 15.04.1994 г.) // International Investment Instruments: A Compendium. Vol. I. New York and Geneva: United Nations. 1996. P. 285–323.
2. Гражданский кодекс Российской Федерации (часть вторая): Федер. закон от 26.01.1996 г. № 14-ФЗ (ред. от 24.07.2023 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 1996. 29 января. № 5. Ст. 410.
3. Налоговый кодекс РФ (часть первая) от 31.07.1998 г. № 146-ФЗ (ред. от 23.03.2024 г.) // Российская газета. 1998. № 148–149.
4. О государственном контроле (надзоре) и муниципальном контроле в Российской Федерации: Федеральный закон от 31.07.2020 г. № 248-ФЗ (в ред. от 25.12.2023 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации. № 0001202007310018. URL: [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)
5. О лицензировании отдельных видов деятельности: Федер. закон от 04.05.2011 г. № 99-ФЗ (ред. от 25.12.2023 г.). // Собрание законодательства Российской Федерации. 2011. № 19. Ст. 2716.
6. О стратегическом планировании в РФ: Федер. закон от 28.06.2014 г. № 172-ФЗ (в ред. от 17.02.2023 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014. № 26 (часть I). Ст. 3378.
7. Об образовании в Российской Федерации: Федер. закон от 29.12.2012 г. № 273-ФЗ (в ред. от 25.12.2023 г.) // Российская газета. 2012. № 303.
8. Об обязательных требованиях в Российской Федерации: Федер. закон от 31.07.2020 г. № 247-ФЗ (в ред. от 24.09.2022 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации. № 0001202007310002. URL: [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)
9. Об организации предоставления государственных и муниципальных услуг: Федер. закон от 27.07.2010 г. № 210-ФЗ (в ред. от 25.12.2023 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2010. № 31. Ст. 4179.
10. Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации: Федер. закон от 21.11.2011 г. № 323-ФЗ (ред. от 05.01.2024 г.) // Собрание законодательства РФ. 2011. № 48. Ст. 6724.
11. О национальных целях и стратегических задачах развития Российской Федерации на период до 2024 года: Указ Президента РФ от 07.05.2018 г. № 204 (ред. от 21.07.2020 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018. № 20. Ст. 2817.
12. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года и на перспективу до 2036 года: Указ Президента РФ от 07.05.2024 г. № 309 // Официальный интернет-портал правовой информации. № 0001202007210012. URL: [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru)
13. О национальных целях развития Российской Федерации на период до 2030 года: Указ Президента Российской Федерации от 21.07.2020 г. № 474 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2020. № 30. Ст. 4884.
14. О совершенствовании государственной политики в сфере здраво-

охранения: Указ Президента от 07.05.2012 г. № 598 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2012. № 19. Ст. 2335.

15. О Стратегии национальной безопасности Российской Федерации: Указ Президента Российской Федерации от 2 июля 2021 г. № 400 // Собрание законодательства Российской Федерации. 2021. № 27 (ч. II). Ст. 5351.

16. О Стратегии развития здравоохранения в Российской Федерации на период до 2025 года: Указ Президента РФ от 06.06.2019 г. № 254 (в ред. от 27.03.2023 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. № 23. Ст. 2927.

17. Послание Президента Федеральному собранию РФ 29.02.2024 г. // Государственная Дума: офиц. сайт. URL: <http://duma.gov.ru/news/58905/> (дата обращения: 20.03.2024).

18. О строительстве федеральных центров высоких медицинских технологий: Постановление Правительства РФ от 20.03.2006 г. № 139 (в ред. от 22.10.2008 г.) // Российская газета. 2006. № 66 (недействующий).

19. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения»: Постановление Правительства РФ от 26.12.2017 г. № 1640 (в ред. от 01.04.2024 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2018. № 1 (ч. II). Ст. 373.

20. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения»: Постановление Правительства РФ от 15.04.2014 г. № 294 (в ред. от 12.08.2017 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2014. № 17. Ст. 2057 (недействующий).

21. Об утверждении Положения о федеральном государственном контроле (надзоре) качества и безопасности медицинской деятельности» объекты контроля делятся на категории: Постановление Правительства РФ от 29.06.2021 г. № 1048 (ред. от 30.11.2021 г.) // Официальный интернет-портал правовой информации. № 0001202107010075. URL: [www.pravo.gov.ru](http://www.pravo.gov.ru).

22. Концепция развития творческих (креативных) индустрий и механизмов осуществления их государственной поддержки в крупных и крупнейших городских агломерациях до 2030 года (Утв. распоряжением Правительства Российской Федерации от 20 сентября 2021 г. № 2613-р). URL: <http://static.government.ru/media/files/HEXNAom6EJunVIxBCjIAtAya8FAVDUfP.pdf> (дата обращения: 10.04.2024).

23. Об утверждении государственной программы Российской Федерации «Развитие здравоохранения»: Распоряжение Правительства РФ от 24.12.2012 г. № 2511-р (в ред. от 15.04.2014 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2012. № 53 (ч. II). Ст. 8019.

24. Об утверждении Единого плана по достижению национальных целей развития Российской Федерации на период до 2024 года и на плановый период до 2030 года: Распоряжение Правительства РФ от 01.10.2021 г. № 2765-р // Официальный интернет-портал правовой информации. URL: <http://pravo.gov.ru>.

25. Об утверждении комплекса мер по обеспечению системы здравоохранения Российской Федерации медицинскими кадрами до 2018 года:

Распоряжение Правительства РФ от 15.04.2013 г. № 614-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013. № 16. Ст. 2017.

26. Об утверждении Стратегии пространственного развития Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 13.02.2019 г. № 207-р (в ред. от 30.09.2022 г.) // Собрание законодательства Российской Федерации. 2019. № 7 (ч. II). Ст. 702.

27. Об утверждении Стратегии развития медицинской науки в Российской Федерации на период до 2025 года: Распоряжение Правительства РФ от 28.12.2012 г. № 2580-р // Собрание законодательства Российской Федерации. 2013. № 2. Ст. 111.

28. Об утверждении Стратегии лекарственного обеспечения населения Российской Федерации на период до 2025 года и плана ее реализации: Приказ Минздрава России от 13.02.2013 г. № 66 (в ред. от 13.07.2021 г.). Документ опубликован не был.

29. Об утверждении государственной программы Ленинградской области «Развитие здравоохранения в Ленинградской области»: Постановление Правительства Ленинградской области от 14.11.2013 г. № 405 (в ред. от 30.12.2022 г.) // Официальный сайт Администрации Ленинградской области. URL: [www.lenobl.ru/authorities/npa\\_s](http://www.lenobl.ru/authorities/npa_s)

30. ГОСТ 1.0-2015 Межгосударственная система стандартизации (МГСС). Основные положения (Переиздание) (утв. приказом Росстандарта от 11.12.2015 г. № 2156-ст; ИУС 5-2016) (ред. от 01.10.2019 г.). М.: Стандартинформ, 2019.

31. ГОСТ Р 50646-2012 Услуги населению. Термины и определения (Переиздание) (утв. и введен в действие с 01.01.2014 г. Приказом Росстандарта от 29.11.2012 г. № 1612-ст). М.: Стандартинформ, 2019.

32. ГОСТ Р 52113-2014. Услуги населению. Номенклатура показателей качества услуг: Приказ Росстандарта от 06.11.2014 г. № 1482-ст (ред. от 01.06.2020 г.). М.: Стандартинформ, 2020.

33. ГОСТ Р ИСО 9001-2015 Системы менеджмента качества. Требования. (Переиздание): Приказ Росстандарта от 30.03.2020 г. № 157-ст, ИУС 8-2020). М.: Стандартинформ, 2020.

34. Общероссийский классификатор видов экономической деятельности. ОК 029-2014 (КДЕС Ред. 2) (ред. от 01.05.2024 г.): Приказ Росстандарта от 14.03.2024 г. № 313-ст. М.: Стандартинформ, 2014.

35. Автотуризм в России будут развивать с учетом караванеров // РИА.ru 15.11.2023. URL: <https://ria.ru/20231115/avtoturizm-1909448914.html> (дата обращения: 10.03.2024).

36. Автотуризм в России: возможности и проблемы // ВЦИОМ Новости. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/avtoturizm-v-rossii-vozmozhnosti-i-problemy> (дата обращения: 16.05.2024).

37. Агентство по туризму Республики Тыва. URL: <https://tourism-tyva.ru> (дата обращения: 03.05.2024).

38. Азрилиян А.Н. Новый экономический словарь. М.: Институт новой экономики, 2010. 1088 с.

39. Армашова-Тельник Г.С. Конкурентно-рыночное пространство в

контексте потребности роста конкурентоспособности российской системы хозяйствования // Вестник ВГУИТ. 2021. № 3. С. 259–263.

40. Армашова-Тельник Г.С., Никитина Н.М., Романова И.В. Актуальная конъюнктура конкурентоспособности российских промышленных предприятий // Вестник ВГУИТ. 2020. № 4. С. 395–403.

41. Башкирский этнодвор «Земля кочевников – край легенд» начал работу в Санкт-Петербурге. URL: <https://resbash.ru/news/kultura/2023-08-25/bashkirskiy-etnodvor-zemlya-kochevnikov-kray-legend-nachal-rabotu-v-sankt-peterburge-3405760> (дата обращения: 03.05.2024).

42. Бодрунов С.Д. Грядущее. Новое индустриальное общество: перезагрузка: монография. Изд. 2-е, испр. и доп. СПб.: ИНИР им. С.Ю. Витте, 2016. 312с.

43. Бюллетень Счетной палаты Российской Федерации. 2023. № 9. Устойчивое развитие регионов // Официальный сайт Счетной палаты. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/c59/nvj03vghnmbyzwmzczxr1isq2lsb4tsq.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

44. В Петербурге старые маршрутки используют как отели // 24Мир. URL: <https://mir24.tv/news/16519127/v-peterburge-starye-marshrutki-ispolzuyut-kak-oteli> (дата обращения: 16.04.2024).

45. В России утверждена Концепция развития автомобильного туризма до 2035 года // Интерфакс. URL: <https://www.interfax.ru/russia/958689> (дата обращения: 03.05.2024).

46. В сердце Азии: Хакасия и Тыва. URL: <https://clubstrannik.ru/hakasiya/serdce-azii/> (дата обращения: 03.05.2024).

47. В Смоленске, Барнауле, Новосибирске и Калининграде созданы федеральные центры высокотехнологичной медицинской помощи в форме федеральных государственных бюджетных учреждений. URL: <https://rg.ru/documents/2011/11/15/medpomoshch-site-dok.html> (дата обращения: 02.05.2024).

48. Великий Новгород – единственный из России включен в Сеть творческих городов ЮНЕСКО: значение и эффект для города // Региональные комментарии. URL: <https://regcomment.ru/main/velikij-novgorod-edinstvennyj-iz-rossii-vklyuchen-v-set-tvorcheskih-gorodov-yunesko-znachenie-i-effekt-dlya-goroda/> (дата обращения: 10.04.2024).

49. Великий Новгород вошел в «Сеть творческих городов» ЮНЕСКО // ТАСС. URL: <https://tass.ru/obschestvo/19179499> (дата обращения: 10.04.2024).

50. Владыка М.В., Сереброва Т.В., Тикунов В.И. Региональный механизм устойчивого развития // Фундаментальные исследования. 2022. № 10-1. С. 32–36. DOI 10.17513/fr.43339. EDN SAУНIG.

51. Воронина Н.А., Новоселова М.А. Методы государственного управления развитием сферы услуг // Изв. Саратов. ун-та Нов. сер. Сер. Экономика. Управление. Право. 2013. № 3-1. С. 306–309. URL: <https://ideas.repec.org/a/scn/002275/15056541.html> (дата обращения: 23.05.2024).

52. Восстановительный рост. Рейтинг событийного потенциала регионов России – 2023. Выставочный научно-исследовательский центр (ВНИЦ R&C). URL: <https://micemap.ru/wp-content/uploads/2024/01/reiting-sobytiinogo->

potencziala-regionov-rossii-2023.pdf (дата обращения: 15.03.2024).

53. Гастрономический театр Svet. URL: <https://svetshow.ru/ru>.

54. Гастрономический фестиваль «Все в SENO!» URL: <https://hullabaloo.ru/kuda-skhodit-v-peterburge-na-vyhodnye/gastronomicheskij-festival-vse-v-seno.html> (дата обращения: 02.05.2024).

55. Гатчина теперь официально – столица Ленинградской области / Правительство Ленинградской области. URL: [56. Герсонская И.В. Система здравоохранения в России: основные проблемы и возможные пути их решения // Вестник ЧелГУ. 2023. № 3 \(473\). С. 53–63. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistema-zdravoohraneniya-v-rossii-osnovnye-problemy-i-vozmozhnye-puti-ih-resheniya> \(дата обращения: 03.05.2024\).](https://lenobl.ru/ru/dlya-smi/news/59392/#:~:text=Новая%20статья%20определяет%2C%20что%20«с толицей,органов%20государственной%20власти%20Ленинградской%20 области (дата обращения: 27.04.2024).</a></p></div><div data-bbox=)

57. «Гостеприимный Мариенбург»: чтобы жители гордились. URL: <https://gatchina-news.ru/stati/gostepriimnyj-marienburg-chtoby-zhiteli-gordilis/> (дата обращения: 03.05.2024).

58. Государственные медорганизации в России потеряли за прошлый год 8,7 тыс. врачей. URL: [59. Дмитриев Ю.А, Васильева Л.П. Региональная экономика: учебник. М.: КНОРУС, 2021. 264 с.](https://medvestnik.ru/content/news/Gosudarstvennye-medorganizacii-v-Rossii-poteryali-za-proshlyi-god-9-7-tys-vrachei.html#:~:text=Обеспеченность%20медицинскими%20кадрами&text=Средний%20показатель%20обеспеченности%20врачами%20в,населения (дата обращения: 05.05.2024).</a></p></div><div data-bbox=)

60. Железный турпоток. Популярность железнодорожного туризма растет // Коммерсант. 2023. 15 июня. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/6028519> (дата обращения: 10.06.2024).

61. Здравоохранение. О престиже профессии врача и доверии медикам. URL: <https://fom.ru/Zdorove-i-sport/14890> (дата обращения: 02.05.2024).

62. Зуденкова С.А. Систематизация существующих инструментов прямого государственного регулирования сферы услуг // Сервис +. 2013. № 3. С. 72–78. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistematizatsiya-suschestvuyuschih-instrumentov-pryamoego-gosudarstvennogo-regulirovaniya-sfery-uslug> (дата обращения: 23.05.2024).

63. Иванов С.М., Танина А.В. Проблемы развития устойчивого туризма на территории Ленинградской области // Проблемы и перспективы развития туризма региональный аспект: материалы Всерос. науч.-практ. конф., Грозный, 28 апреля 2023 г. Грозный: Чеченский государственный университет им. А.А. Кадыева, 2023. С. 101–104. DOI 10.36684/92-1-2023-101-104. EDN QEAZWA.

64. Инновационное развитие сферы услуг в национальной экономике: монография / кол. авт.; науч. ред. Я.П. Силин; отв. за вып. Н.Ю. Власова; Министерство образования и науки РФ, Урал. гос. экон. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. 339 с.

65. Инновационное развитие сферы услуг в национальной экономике /

кол. авт.; науч. ред. Я.П. Силин. Екатеринбург: Изд-во Урал. гос. экон. ун-та, 2016. 339 с.

66. История нацпроектов в России. URL: <https://tass.ru/info/6101471> (дата обращения: 02.05.2024).

67. Итоги реализации приоритетного национального проекта «Здоровье» в 2006–2010 годах // Официальный сайт Минздравсоцразвития РФ. URL: [www.minzdravsoc.ru](http://www.minzdravsoc.ru) (дата обращения: 02.05.2024).

68. Как «зеленые технологии» влияют на персонал. URL: <https://thehrd.ru/articles/kak-zelenye-tehnologii-vlijajut-na-personal> (дата обращения: 10.06.2024).

69. Как развивается ESG-туризм в России // РБК. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/green> (дата обращения: 10.06.2024).

70. Караванинг в России: почему путешествия с автодомом набирают популярность // РБК. 01.08.2023. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/64c8ceaf9a79474dd257eee8?from=copy> (дата обращения: 10.03.2024).

71. Караваны идут по России: что такое караванинг и почему он так популярен? // Объясняем.РФ. URL: [https://объясняем.рф/articles/useful/karavany\\_idut\\_po\\_rossii\\_chno\\_takoe\\_karavaning\\_i\\_pochemu\\_on\\_tak\\_populyaren/](https://объясняем.рф/articles/useful/karavany_idut_po_rossii_chno_takoe_karavaning_i_pochemu_on_tak_populyaren/) (дата обращения: 10.03.2024).

72. Карелия: исследуем землю тысячи озер. URL: <https://blog.ufs-online.ru/recommendations/kareliya-issleduem-zemlyu-tysyachi-ozer> (дата обращения: 03.05.2024).

73. Квита Г.Н., Лучина Н.А., Аршинова А.Н. Креативный туризм как фактор развития российского туристского бизнеса // Современная конкуренция. 2022. № 1 (85). С. 29–40. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnyu-turizm-kak-faktor-razvitiya-rossiyskogo-turistskogo-biznesa> (дата обращения: 16.04.2024).

74. Константиныди Х.А., Пахалов А.М. Устойчивое развитие туризма и индустрии гостеприимства в регионах России: опыт сравнительной оценки // Вестник индустрии гостеприимства: Международный научный сборник. СПб.: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2023. С. 62–68. EDN HWPIQK.

75. Корчагина Е.В. Социально-экономические и экологические эффекты олимпийских игр: анализ динамики развития Сочи в контексте других олимпийских столиц // Журнал правовых и экономических исследований. 2013. № 2. С. 14–19.

76. Коршунов И.В. Устойчивое развитие в стратегиях регионов: выбираемые подходы и решения // Экономика региона. 2023. Т. 19. № 1. С. 15–28. DOI 10.17059/ekon.reg.2023-1-2. EDN VEVEGF.

77. Костин А. ESG: в фокусе – корпоративное управление. // Бизнес & Общество. Ресурсный центр по КСО / ESG. URL: <https://www.b-soc.ru/ppublikacii/esg-v-fokuse-korporativnoe-upravlenie/> (дата обращения: 15.06.2024).

78. Креативный туризм: что это и почему он может помочь развитию сообществ в Кыргызстане. URL: <https://www.undp.org/ru/kyrgyzstan/stories/kreativnyu-turizm-chno-eto-i-pochemu-mozhet-pomoch-razvitiyu-soobschestv-v-kyrgyzstane> (дата обращения: 15.04.2024).

79. Кружалин В.И., Меньшикова Т.Н., Кружалин К.В. Стратегическое планирование как основа устойчивого развития туризма в регионах Российской Федерации // Географический вестник. 2022. № 1(60). С. 136–149. DOI 10.17072/2079-7877-2022-1-136-149. EDN MMXGLL.

80. Кузнецова Е.И. Экономическая безопасность: учебник и практикум для вузов. 3-е изд., перераб. и доп. М.: Юрайт, 2024. 338 с.

81. Кузьмин А.В., Трифонов Ю.Н. Государственная политика в сфере здравоохранения и механизмы её реализации // Ученые записки Тамбовского отделения РoСМУ. 2021. № 22. С. 158–167. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/gosudarstvennaya-politika-v-sfere-zdravooohraneniya-i-mehanizmu-eyo-realizatsii> (дата обращения: 03.05.2024).

82. Ларченко Л.В., Чурилина Н.Н., Анисимов Т.Ю., Волков А.М. Инклюзивный туризм как инновационный метод реабилитации и восстановления благополучия человека // Инновации. 2021. № 1(267). С. 80–85. URL: <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/522649957.pdf> (дата обращения: 03.05.2024).

83. Ленинградская область в 2022 году. СПб: Петростат, 2023. 256 с. URL: <https://78.rosstat.gov.ru/storage/mediabank/11000223.pdf> (дата обращения: 05.05.2024).

84. Лидерами по росту турпотока в России в 2023 году стали регионы Северного Кавказа // Интерфакс-Туризм. 06.12.2023. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/104334/> (дата обращения: 05.05.2024).

85. Маркс К. Теории прибавочной стоимости / К. Маркс, Ф. Энгельс. Соч. 2-е изд. Т. 26, ч. I. М.: Государственное издательство политической литературы, 1962. 477с.

86. Медленный туризм: почему превращать отпуск в гонку не лучшая идея // РБК: РБК тренды. 27.09.2023. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/642bda3b9a7947321f2b9870> (дата обращения: 05.05.2024).

87. Минздрав сообщил о снижении смертности от туберкулеза в РФ в шесть раз за 20 лет. URL: <https://tass.ru/obschestvo/20306017> (дата обращения: 02.05.2024).

88. Минфин зафиксировал рекордное исполнение нацпроектов в прошлом году // Ведомости. 2024. 18 января. URL: <https://www.vedomosti.ru/economics/articles/2024/01/18/1015571-minfin-zafiksiroval-rekordnoe-ispolnenie-natsproektov-v-proshlom-godu> (дата обращения: 02.05.2024).

89. Мишустин предложил масштабировать опыт Башкирии по дорожному сервису // РБК. Башкирия. URL: <https://ufa.rbc.ru/ufa/26/07/2023/64c0d6049a79472сабс59b01> (дата обращения: 10.03.24).

90. Младенческая смертность в России впервые ниже, чем в Канаде // Официальный сайт Forbes. URL: <https://www.forbes.ru/society/502334-mladenceskaa-smertnost-v-rossii-vpervye-nize-tem-v-kanade> (дата обращения: 02.05.2024).

91. Монахова И.В. Экономическая безопасность: учебник для студентов, обучающихся по специальности 38.05.01 Экономическая безопасность. Саратов: Саратовский социально-экономический институт (филиал)

РЭУ им. Г.В. Плеханова, 2019. 304 с.

92. Национальные проекты – 2023: итоги и ожидания // Официальный сайт ВЦИОМ. URL: <https://wciom.ru/analytical-reviews/analiticheskii-obzor/nacionalnye-proekty-2023-itogi-i-ozhidaniia> (дата обращения: 02.05.2024).

93. Национальные проекты России. URL: <https://национальныепроекты.рф> (дата обращения: 02.05.2024).

94. Об итогах реализации национального проекта «Здравоохранение» и федеральных проектов, входящих в его состав по итогам 2021 года. URL: [https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет\\_итоги\\_2021\\_года.pdf?1655456575](https://static-0.minzdrav.gov.ru/system/attachments/attaches/000/060/073/original/Буклет_итоги_2021_года.pdf?1655456575) (дата обращения: 02.05.2024).

95. Общенациональная ассоциация автотуризма и караванинга. URL: <https://automototravel.com/> (дата обращения: 10.03.2024).

96. Официальный сайт Комитета по здравоохранению Ленинградской области. URL: <http://https://health.lenobl.ru/> (дата обращения: 13.05.2024).

97. Официальный сайт Министерства финансов РФ. URL: <https://minfin.gov.ru> (дата обращения: 02.05.2024).

98. Оценка эффективности реализации государственных программ. Мониторинг Ленинградской области. URL: [http://monitoring.lenreg.ru/gosprogramsregion/estimate/?j=&territory=41000000&LenObl\\_Service\\_OPER\\_paramPeriod=2019-01-01T00:00:00.000Z&viewCode=LenObl\\_GP\\_Reg\\_002\\_004\\_report](http://monitoring.lenreg.ru/gosprogramsregion/estimate/?j=&territory=41000000&LenObl_Service_OPER_paramPeriod=2019-01-01T00:00:00.000Z&viewCode=LenObl_GP_Reg_002_004_report) (дата обращения: 02.05.2024).

99. Полдник, дневной сон и песни у костра: 6 лагерей для взрослых. 02.04.23. URL: <https://journal.tinkoff.ru/list/pioner-rebyatam-primer/> (дата обращения: 10.03.2024).

100. Пути ESG-трансформации индустрии гостеприимства. URL: [www.if24.ru](http://www.if24.ru) (дата обращения: 10.06.2024).

101. Пятнадцать проектов, которые делают туризм доступным для всех. 27.09.21 // РБК. Тренды. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/cmrm/615167b89a79470e708872be?from=sору> (дата обращения: 03.05.2024).

102. Ракуль Е. Новый вид туризма обеспечит незабываемые эмоциональные переживания // Российская газета. 2023. 4 июня. URL: <https://rg.ru/2023/06/04/reg-ufo/novuj-vid-turizma-obespechit-nezabyvaemye-emocionalnye-perezhivaniia.html> (дата обращения: 10.04.2024).

103. Ребрендинг Калининградской области. URL: [https://www.behance.net/gallery/158553685/rebranding-kaliningradskoj-oblasti?tracking\\_source=search\\_projects%7Cкаленинград](https://www.behance.net/gallery/158553685/rebranding-kaliningradskoj-oblasti?tracking_source=search_projects%7Cкаленинград) (дата обращения: 03.05.2024).

104. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2012 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/b2d/b2d3393c6a5baa6018a5e653c12e629c.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

105. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2013 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/5aa/5aa37451dd3e4b9aa1914198694b6133.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

106. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2014 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/4a2/4a29d0cede77e2890797ae9f862fd8df.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

107. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2015 год // Рейтинго-

вое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/1ca/1caefabb6fa31e0aseacd10bebfec24c.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

108. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2016 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/341/3411be2c33dac415ca4940d6e53b0827.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

109. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2017 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/148/148ce7745cfb0b11b5df98ee512776d0.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

110. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2018 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/17e/17e780904efde0c50761ae4b1dcfbc8.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

111. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2019 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/513/51385c0f0ec17be0a989b7f371e928ca.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

112. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2020 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/986/9861afc747dcb868c25aed0e2a7d1fbd.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

113. Рейтинг устойчивого развития городов РФ за 2021 год // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/e41/e415a35b5b954ac379c1284c8ea8bf65.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

114. Ренкинг МГИМО регионов РФ '23 по достижению ЦУР ООН // Сайт МГИМО Университет МИД России. URL: <https://mgimo.ru/upload/2023/10/russia-esg-ranking-23.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

115. Реформа контрольно-надзорной и разрешительной деятельности. URL: <https://knd.ac.gov.ru/> (дата обращения: 19.05.2024).

116. «РЖД Тур» назвал самые популярные железнодорожные круизы по России // РЖД Тур: офиц. сайт. URL: <https://rzdtour.com/rzhd-tur-nazval-samyie-populyarnyie-zheleznodorozhnyie-kruizyi-po-rossii> (дата обращения: 16.04.2024).

117. РЖД ТУР. Итоги деятельности // РЖД Тур: офиц. сайт. URL: <https://rzdtour.com/itogideyatelnosti> (дата обращения: 12.04.2024).

118. РЖД ТУР. О компании. URL: <https://rzdtour.com/o-kompanii> (дата обращения: 12.04.2024).

119. Романова М.М. Экономика сферы услуг: учебник. М.: КноРус, 2022. 148 с. URL: <https://book.ru/book/943155> (дата обращения: 02.05.2024).

120. Рэнкинг устойчивого развития Регионов России 2020 // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/05b/05b0bd931bf3a3023229ca5c429293b5.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

121. Рэнкинг устойчивого развития Регионов России 2021 // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/b29/b298c6ee81a4616684238792f7498285.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

122. Рэнкинг устойчивого развития Регионов России 2022 // Рейтинговое агентство SGM. URL: <https://agencysgm.com/upload/iblock/2c9/2c9863fb0e7bbeef8d7f039e170074f8.pdf> (дата обращения: 27.04.2024).

123. Рэнкинг устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах РФ 2022 // Сайт Национального Рейтингового Агентства.

URL: [https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking\\_tur\\_2022.pdf](https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking_tur_2022.pdf) (дата обращения: 27.04.2024).

124. Рэнкинг устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах РФ 2023 // Сайт Национального Рейтингового Агентства. URL: [https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2024/01/rjenking\\_ustojchivogo\\_razvitiya\\_turizma\\_regiony\\_rf\\_nra\\_17.01.2024.pdf](https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2024/01/rjenking_ustojchivogo_razvitiya_turizma_regiony_rf_nra_17.01.2024.pdf) (дата обращения: 27.04.2024).

125. Рэнкинг устойчивости развития туризма и индустрии гостеприимства в субъектах Российской Федерации. URL: <https://www.ra-national.ru/analitika> (дата обращения: 10.06.2024).

126. Савчишина К.Е. Отраслевая структура занятости как фактор ограничения экономического роста // Научные труды. Институт народнохозяйственного прогнозирования РАН. 2023. № 3. С. 145–160. DOI 10.47711/2076-3182-2023-3-145-159.

127. Сазонов А.А., Сазонова М.В. Омниканальный маркетинг и beacon-технологии: опыт и перспективы в Европе // Управление. 2021. Т. 9. № 1. С. 112–126. DOI: 10.26425/2309-3633-2021-9-1-112-126.

128. Сеница Ю. Каким будет «Effect X Письмо»? // Restoclub. 14.11.2023 URL: <https://www.restoclub.ru/review/chiefs/kakim-budet-effect-x-pismo> (дата обращения: 10.03.2024).

129. Совещание по вопросу развития высокотехнологичной медицинской помощи // Официальный сайт Правительства РФ. URL: <http://archive.government.ru/docs/21170/print/> (дата обращения: 02.05.2024).

130. Современные тенденции в системе здравоохранения Российской Федерации. М.: Издание Государственной Думы, 2010. 80 с.

131. Спицын А.С., Якимчук Н.Н. К вопросу о реализации мер поддержки сектора малого и среднего предпринимательства на территории муниципальных образований Ленинградской области // Журнал правовых и экономических исследований. 2023. № 3. С. 372–381. DOI 10.26163/GIEF.2023.60.75.054. URL: <https://elibrary.ru/item.asp?id=54739112> (дата обращения: 21.05.2024).

132. Среднегодовая численность занятых по видам экономической деятельности (ОКВЭД2) // Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики. URL: [https://rosstat.gov.ru/labour\\_force](https://rosstat.gov.ru/labour_force) (дата обращения: 15.05.2024).

133. Статистический бюллетень Росстата ко Всемирному Дню туризма. URL: [rosstat.gov.ru>storage/mediabank/turism\\_2022.pdf](https://rosstat.gov.ru/storage/mediabank/turism_2022.pdf) (дата обращения: 15.03.2024).

134. Стоимость экскурсионных туров и экскурсий РЖД «Жемчужина Кавказа». URL: <https://www.rzd.ru/ru/9315/page/103290?id=18768> (дата обращения: 19.04.2024).

135. Сущинская М.Д. Медленный туризм: координаты и факторы развития в условиях пандемии Covid 19 // Профессорский журнал. Серия: Рекреация и туризм. 2021. № 3 (11). С. 21–24. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/medlennyy-turizm-koordinaty-i-factory-razvitiya-v-usloviyah-pandemii-covid-19> (дата обращения: 30.03.2024).

136. Сэй Ж.Б. Трактат по политической экономии. М.: Директ-Медиа,

2007. URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=26847> (дата обращения: 23.05.2024).

137. Танина А.В. Нормативно-правовая база государственного управления развитием туризма // Развитие экономических систем: теория, методология, практика: монография. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. С. 88–105. EDN WTRJDU.

138. Танина А.В. Особенности развития устойчивого туризма в регионах России // Развитие экономических систем: теория, методология, практика: монография. Пенза: Пензенский государственный аграрный университет, 2023. С. 106–118. EDN GTHXGT.

139. Танина А.В. Формирование методической базы развития устойчивого туризма в РФ // Новеллы права, экономики и управления – 2022: материалы VIII Междунар. науч.-практ. конф., Гатчина, 25 ноября 2022 г. Т. 1. Гатчина: Изд-во ГИЭФПТ, 2023. С. 334–339. EDN WCAOSS.

140. Творческий лагерь для взрослых MayakCamp. URL: <https://mayakcamp.ru/> (дата обращения 19.04.2024).

141. Терра Башкирия. Туристский бренд Башкортостана. URL: <http://www.paradoxbox.ru/project/terrabashkiria> (дата обращения: 03.05.2024).

142. Территориальный брендинг Ленинградской области. URL: <https://endylab.ru/projects/branding/lenoblbranding> (дата обращения: 03.05.2024).

143. Туберкулез в Российской Федерации, 2010 г. Аналитический обзор статистических показателей, используемых в Российской Федерации. М., 2011. 280 с. URL: <https://last.mednet.ru/images/stories/files/СМТ/tbreview2010.pdf> (дата обращения: 02.05.2024).

144. Туганов Т.З., Танина А.В. ESG-развитие регионов России: опыт Санкт-Петербурга // Цифровая трансформация экономических систем: проблемы и перспективы (ЭКОПРОМ-2022): сб. трудов VI Всерос. науч.-практ. конф. с заруб. участием, Санкт-Петербург, 11–12 ноября 2022 г. СПб.: ПОЛИТЕХ-ПРЕСС, 2022. С. 324–328. DOI 10.18720/IEP/2021.4/96. EDN PBZVIN.

145. Туризм как стратегия повышения устойчивости развития / М.В. Кобяк, Е.Л. Ильина, А.Н. Латкин, М.В. Путина // Спорт, туризм и гостеприимство в образовательном пространстве: инновации и перспективы развития: сб. материалов Междунар. науч.-практ. конф., Москва, 21 апреля 2022 г. / Московский государственный университет спорта и туризма. М.: Государственное автономное образовательное учреждение высшего образования города Москвы «Московский государственный университет спорта и туризма», 2022. С. 67–73. EDN RQWFJK.

146. Туристский бренд Ленинградской области. URL: <https://kit.lenobl.ru/ru/o-komitete/turistskij-brend-leningradskoj-oblasti/> (дата обращения: 03.05.2024).

147. Туристский поток (по числу туристских поездок) // Официальный интернет-ресурс государственной статистики ЕМИСС. URL: <https://www.fedstat.ru/indicator/61922> (дата обращения: 27.04.2024).

148. Управление ESG рисками на уровне региона / А.Г. Айрапетова, Л.Ф. Казанская, В.В. Корелин, Г.Р. Хакимова // Транспортное дело России. 2023. № 5. С. 136–139. DOI 10.52375/20728689\_2023\_5\_136. EDN FYEАНZ.

149. Федеральный проект «Государство для людей». URL: <https://государстводлялюдей.рф> (дата обращения: 15.05.2024).

150. Финансовые выгоды от внедрения практик ESG в туризме. URL: <https://hebitravel.ru/> (дата обращения: 10.06.2024).

151. Цветков В.А, Дудин М.Н. Сценарии развития глобальной экономики и основных центров экономического притяжения после окончания пандемии COVID-19. М.: Проблемы рыночной экономики. 2020. № 2. С. 6–22.

152. Цыбикова Э.Б. Динамика заболеваемости туберкулезом в России в первом двадцатилетии XXI века // Электронный журнал «Социальные аспекты здоровья населения». 2021. № 6. URL: <http://vestnik.mednet.ru/content/view/1328/30/lang,ru/> (дата обращения: 02.05.2024).

153. Шутить или не шутить: зачем бизнесу toneofvoice и как его создать. URL: <https://practicum.yandex.ru/blog/chto-takoe-tone-of-voice/> (дата обращения: 03.05.2024).

154. Щепакин М.Б., Михайлова В.М. Сфера услуг как экономическая категория и вид экономической деятельности // Экономика, предпринимательство и право. 2020. Т. 10. №1. С. 71–88. DOI 10.18334/epp.10.1.41545 (дата обращения: 10.05.2024).

155. Экономический вектор. URL: <https://economicvector.ru> (дата обращения: 10.06.2024).

156. Эксперты формируют подходы к развитию инклюзивного туризма в России // Центр стратегических разработок. URL: <https://www.csr.ru/ru/news/eksperty-formiruyut-podkhody-k-razvitiyu-inklyuzivnogo-turizma-v-rossii/> (дата обращения: 03.05.2024).

157. Base Camp Bonn Young Hostel: офиц. сайт отеля. URL: <https://www.basecamp-bonn.de/en/about-us/faq-en> (дата обращения: 16.04.2024).

158. Bowdin G.A. Events Management. Oxford: Elsevier, 2006.

159. Burbank Matthew, Andranovich Greg, Heying Charles. Mega-Events, Urban Development and Public Policy // Review of Policy Research. 2002. № 19 (3). P. 179–202.

160. Capriello Antonella, Ian Rotherham. Building a Preliminary Model of Event Management for Rural Communities // Journal of Hospitality Marketing & Management. 2011. № 20 (3-4). P. 246–264. DOI: 10.1080/19368623.2011.562411.

161. Conde Shayna. Accessible tech is making travel more inclusive – and setting better standards for the hospitality industry. // Business Insider. 25.10.2023. URL: <https://www.businessinsider.com/how-accessible-technology-helps-disabled-neurodivergent-travelers-2023-10> (дата обращения: 04.05.2024).

162. Effect X. URL: <https://effect-x.ru/> (дата обращения: 02.05.2024).

163. ESG-рейтинг субъектов РФ, 2018 год // Сайт рейтинговой группы RAEX. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2018/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2018/) (дата обращения: 27.04.2024).

164. ESG-рейтинг субъектов РФ, 2019 год // Сайт рейтинговой группы RAEX. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2019/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2019/) (дата обращения: 27.04.2024).

165. ESG-рейтинг субъектов РФ, 2020 год // Сайт рейтинговой группы RAEX. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2020/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2020/) (дата обращения: 27.04.2024).

166. ESG-рейтинг субъектов РФ, 2021 год // Сайт рейтинговой группы RAEX. URL: [https://raex-rr.com/ESG/ESG\\_regions/ESG\\_rating\\_regions/2021/](https://raex-rr.com/ESG/ESG_regions/ESG_rating_regions/2021/) (дата обращения: 27.04.2024).

167. ESG-рейтинги // Национальное рейтинговое агентство. URL: <https://www.ra-national.ru> (дата обращения: 10.06.2024).

168. ESG-рэнкинг субъектов Российской Федерации // Сайт Национального Рейтингового Агентства. URL: [https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking\\_esg\\_regions.pdf](https://www.ra-national.ru/wp-content/uploads/2022/12/ranking_esg_regions.pdf) (дата обращения: 27.04.2024).

169. Getz D. Event Tourism: A Definition, Evolution and Research // *Tourism Management*. 2008. № 29. P. 403–428.

170. Global Travel & Tourism Catapults Into 2023 Says WTTC. URL: <https://wttc.org/news-article/global-travel-and-tourism-catapults-into-2023-says-wttc#:~:text=New%20York%2C%20U.S.%3A%20The%20World,travel%20was%20at%20its%20highest> (дата обращения: 15.03.2024).

171. URL: <https://trends.rbc.ru/trends/social/642bda3b9a7947321f2b9870?from=copy> (дата обращения: 30.03.2024).

172. ICCA Business Analytics 2022 Country & City Rankings Public Abstract. Amsterdam.

173. Kennelly Millicent. We've Never Measured It but It Brings in A Lot of Business: Participatory Sport Events and Tourism // *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. 2017. № 29 (3). P. 883–899.

174. Korchagina E., Shignanov R. Development of the North Baikal as a tourist destination: Problems and perspectives // *Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020: Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, Milan, 25th–26th April 2018. Milan: International Business Information Management Association, 2018. P. 3751–3756.

175. Korchagina E., Shignanov R. Study of the North Baikal region attractiveness for domestic tourism development // *Innovation Management and Education Excellence through Vision 2020: Proceedings of the 31st International Business Information Management Association Conference (IBIMA)*, Milan, 25th–26th April 2018. Milan: International Business Information Management Association, 2018. P. 2994–3003.

176. Kozhevnikova A.S., Karabaeva A.Z. Event tourism abroad in Geographical sciences and education: materials of the 10th All-Russian Scientific and Practical Conference, 2017. P. 111–113.

177. Lyck Lise, Phil Long, Allan Xenious Grige. *Tourism, Festivals and Cultural Events in Times of Crisis*. Frederiksberg Bogtrykkeri, Denmark: Copenhagen Business School Publications, 2012.

178. Mallen Cheryl, Lorne J. Adams. *Event Management in Sport, Recreation and Tourism: Theoretical and Practical Dimensions*. 3rd Edition. London and New York: Routledge, 2013.

179. More Amore Camp: офиц. сайт лагеря. URL: <https://moreamorecamp.ru/#smeny> (дата обращения: 19.04.2024).
180. MPI. Meetings and Events Industry Facts of the United States of America // Meetings Professional International. 2016. URL: [https://www.mpiweb.org/docs/default-source/moveforward/moveforward\\_industryfacts-2015.pdf](https://www.mpiweb.org/docs/default-source/moveforward/moveforward_industryfacts-2015.pdf) (дата обращения: 15.03.2024).
181. OECD Studies on Tourism. Tourism and the Creative Economy. OECD, 24.07. 2014 г. URL: [https://www.researchgate.net/publication/350495660\\_OECD\\_Studies\\_on\\_Tourism\\_Tourism\\_and\\_the\\_Creative\\_Economy](https://www.researchgate.net/publication/350495660_OECD_Studies_on_Tourism_Tourism_and_the_Creative_Economy) (дата обращения: 16.04.2024).
182. Osborne D., Gaebler T., Eds. Reinventing Government. How the Entrepreneurial Spirit Is Transforming the Public Sector. Penguin Books USA Inc., New York, 1992. 432 p.
183. Redeveloper. URL: [https://redeveloper.ru/redeveloperskie-proekty/realise\\_actual/base-camp-bonn-young-hostel-redevelopment-skladskikh-pomeshcheniy-v-stile-vintazh/](https://redeveloper.ru/redeveloperskie-proekty/realise_actual/base-camp-bonn-young-hostel-redevelopment-skladskikh-pomeshcheniy-v-stile-vintazh/) (дата обращения: 16.04.24).
184. RVLand: информационный портал про автопутешествия. URL: <https://rvland.ru/> (дата обращения: 16.06.2024).
185. Roberson M., Chambers D., Frew E. Events and Festivals: Current Trends and Issues // *Managing Leisure*. 2007. № 12. P. 99–101.
186. Seraphin H., Korstanje M. International Event Management. Bridging the Gap Between Theory and Practice. Nova Science Publishers, 2018.
187. Smith A. Wealth of Nations in 3 p. Part 1. М.: Юрайт, 2024. 376 с. (Читаем в оригинале) // Образовательная платформа Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/540467> (дата обращения: 29.04.2024).
188. Stanislav S. Chebotarev, Alexander I. Ovsianik, Marina Danilina, Grigoriy G. Sidorenko, Leonid N. Romanchenko, Stanislav I. Buslaev. Regional Aspects of Monitoring in Managing the Development of National Economic Security. URL: <https://ieeexplore.ieee.org/author/37087100799> (дата обращения: 23.06.2024).
189. Susic V., Dordevic D. The Place and Role of Events in the Tourist Development of the Southwest Serbia Cluster // *Facta Universitas Series: Economics and Organizations* 2011. № 8 (1). P. 69–81.
190. The Creative Tourism Network. URL: <https://www.creativetourism-network.org/presentation/> (дата обращения: 10.04.24).

*Научное издание*

СФЕРА УСЛУГ РЕГИОНА  
В СОВРЕМЕННОМ МИРЕ:  
ДРАЙВЕРЫ, ИННОВАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ  
И ЭКОНОМИКЕ, ПЕРСПЕКТИВЫ  
УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ

*Коллективная монография*

*Под научной редакцией доктора экономических наук, профессора  
О.В. Заборовской*

Ответственный редактор И. Бельковская  
Корректор Ю. Чиркова  
Компьютерная верстка И. Иванова  
Дизайн обложки И. Бельковская

---

Подписано в печать 16.12.2024 г.

Усл.печ.л. 9,9

Тираж 550 экз.

Заказ 1484

---

Издательство Государственного института экономики, финансов, права и технологий  
188300 Ленинградская обл., г. Гатчина, ул. Рощинская, д. 5