руководителю, а также другим работникам, этические основания для совершения определенных поступков, решений и взаимоотношений.

Необходимость воздействия на персонал возникает путем функционирования системы, когда в результате изменений (внутренних или внешних) возникает управленческая проблема. Ответ руководителя на полученную информацию о наличии проблемы выражается в управленческом решении, в котором определены цель, содержание и методы воздействия на объект управления.

Для практического осуществления целенаправленного воздействия на объект управления принятое решение конкретизируется соответствующей программой действий. Эта программа устанавливает сроки и границы действий, круг исполнителей, методы осуществления мероприятий и необходимые средства, а также результаты и критерии их оценки. Управленческое решение определяет цель управленческой системы, порядок и способы ее достижения, необходимые ресурсы, то есть планирует и организует действия в процессе управления производством [1, с. 24].

Резюмируя сказанное, отметим, что проблемы управления персоналом в свете оказания образовательных услуг решаются в процессе выработки и реализации управленческого решения, который сложен и многогранен. Главным звеном в управлении является процесс, т.е. деятельность, реализуемая на технологии управления персоналом, с применением разнообразных методов и технических средств, направленная на реализацию определенной управленческой ситуации и достижение успеха.

1. Арсеньев Ю.Н. Управление персоналом: Технологии. – Москва: Юнити, 2015. – 192 с.
2. Быкасова Л.В., Подберезный В.В., Панова В.А. Теория структурализма о диверсификации и модернизации современного образования // Историческая и социально-образовательная мысль. 2017. Т. 9. № 1-1. С. 121-125.
3. Быкасова Л.В., Самойлов А.Н. Функциональный подход к определению образовательного потенциала // Известия Южного федерального университета. Педагогические науки. 2012. № 4. С. 44-49.
4. Липкина Е.Д. Конкурентоспособность вузов на современном рынке образовательных услуг: Монография. – Омск: Изд-во ОмГПУ, 2006. – 136 с.
5. Рогожин М.Ю. Управление персоналом: 100 вопросов и ответов о самом насущном в современной кадровой работе / М.Ю. Рогожин. – Москва-Берлин: Директ-Медиа, 2014. – 176 с.

Шостак И.А.

Развитие внутреннего туризма. Точки притяжения

*АНО ВО «Московская международная высшая школа бизнеса «МИРБИС»
(Институт)
(Россия, Москва)*

doi: 10.18411/sr-10-12-2020-14

idsp: sciencerussia-10-12-2020-14

Аннотация

Статья посвящена актуальным вопросам развития внутреннего туризма, в частности маршрута по городам Золотого кольца России. Цель исследования – изучить программы развития внутреннего туризма в Российской Федерации, проанализировать общие данные по текущей ситуации с точки зрения экономики, менеджмента и проектного управления, а также выявить основные факторы, влияющие на увеличение туристического потока в регион.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, Золотое кольцо, Сергиев Посад, российские курорты, экономика, менеджмент, управление проектами, инвестиции, гостиничный бизнес, туриндустрия

В 2011 году началась реализация федеральной целевой программы развития внутреннего и въездного туризма в Российской Федерации. За это время было создано большое количество успешных проектов, прошла зимняя Олимпиада 2014, Универсиада 2013, Чемпионат мира по футболу 2018. И на сегодняшний день ставки на туристический бизнес только растут.

Министерство экономического развития ставит амбициозные цели: увеличить долю вклада туристической отрасли в ВВП России до 6% в среднесрочной перспективе, а также войти в топ-10 туристических направлений по рейтингу Всемирной туристской организации ЮНВТО к 2035 году.

Помочь в выполнении долгосрочных планов должна стратегия развития туризма, и Минэкономразвития уже тщательно готовит дорожную карту для ее реализации. В ближайшие 6 лет в поддержку туризма планируется выделить около 100 млрд рублей.

Развитие внутреннего туризма – одна из основных экономических точек роста страны. Но, несмотря на уникальные природные и культурные ресурсы, российские туристические направления значительно уступают иностранным курортам. Какие первоочередные задачи нужно решить для повышения конкурентоспособности российских туристических направлений? Что должно стать толчком к развитию российских курортов? Какой менеджмент и маркетинг необходимы, чтобы привлечь отечественных и иностранных туристов?

На государственном уровне готовится и реализуется ряд улучшающих, стратегически важных программ. Ростуризм разработал и направил на согласование в правительство проект национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В рамках программы предусмотрены повышение занятости населения, отдых и оздоровление граждан, развитие отдельных регионов страны, повышение знаний в области культуры и истории России, приток инвестиций, а также повышение имиджа страны среди отечественных и иностранных туристов.

В начале июня 2020 года Ростуризм был передан из ведения Министерства экономического развития Российской Федерации под руководство правительства. Ростуризму переданы основные функции по нормативно-правовому регулированию и реализации государственной политики в сфере туризма России, а также по осуществлению контроля за деятельностью туроператоров, организующих туры за пределы страны.

Правительство России дополнительно выделит средства и на грантовую поддержку проектов. Это позволит поддержать более 400 общественных и предпринимательских инициатив. Размер гранта определяет конкурсная комиссия Ростуризма, при этом не превышает 3 млн. рублей.

Гранты могут получить индивидуальные предприниматели и коммерческие организации на разработку новых маршрутов и мобильных путеводителей, строительство и развитие инфраструктуры для людей с ограниченными возможностями, покупку необходимого оборудования для открытия информационных центров.

По мнению представителей Министерства экономического развития, особенно важно сконцентрироваться на приоритетных туристических направлениях и развивать конкретные «точки притяжения», а именно уже узнаваемые туристические маршруты - бренды.

Одной из таких точек притяжения заслуженно считается национальный бренд «Золотое кольцо России» - исторический проект, с уникальными туристическими маршрутами, узнаваемыми памятниками культуры и архитектуры, богатейшей природой. Маршрут, проходящий по территории Московской, Ивановской, Владимирской, Костромской и Ярославской областей включает 9 городов: Сергиев

Посад, Ростов Великий, Переславль-Залесский, Кострома, Ярославль, Иваново, Владимир, Суздаль, Углич.

В 2018 году, по инициативе губернатора Ярославской области Дмитрия Миронова, был создан Союз городов Золотого кольца, координирующий все основные мероприятия по обновлению и развитию легендарного туристического маршрута.

Летом 2020 года Союз городов Золотого кольца России предоставил результаты исследования запросов пользователей поисковой системы Яндекс на путешествия по России. По данным исследования, в мае текущего года запросы на поездки по Золотому кольцу выросли на 36%. В прошлом году пользователи сети более семи миллионов раз запрашивали информацию о самостоятельных путешествиях по маршрутам Золотого кольца. При этом количество кликов с мобильных устройств за последний год выросло на 44%. Преимущественно самостоятельных путешественников интересует бронирование отелей, гостиниц, квартир, частных коттеджей и баз отдыха.

Гостиничный рынок региона Золотого кольца активно развивается, однако есть некоторые общие и инфраструктурные проблемы городов данного маршрута: неудовлетворительное состояние дорог и подъездных путей, дефицит гостиниц среднего и повышенного класса комфортности, отсутствие возможностей для семейного отдыха, непродолжительность отдыха на маршруте, недостаток информации о маршруте для молодых целевых аудиторий, слабая вовлеченность местного населения в сферу туризма, устаревшие туристические программы, рассчитанные на непросвещенного туриста - далеко до соответствия международным стандартам и требованиям, хотя в период открытых границ наблюдался существенный поток туристов из самых разных стран мира.

В 2018 году Союз городов Золотого кольца активно занимался решением важных для всего маршрута и каждого города в отдельности задач. Было проведено несколько деловых мероприятий, разработан стандарт гостеприимства, маркетинговая и коммуникационная программа на ближайшие годы.

Изменилась и мотивация современного туриста. Усилился спрос на эмоциональную составляющую путешествий – событийных, гастрономических, религиозных.

Некоторые маршруты Золотого кольца, могут стать всероссийским центром религиозного туризма и паломничества. К примеру, Троице-Сергиева Лавра в городе Сергиев Посад является объектом культурного наследия всемирного значения и занесена в реестр ЮНЕСКО.

Основные задачи, которые необходимо решить для увеличения турпотока: улучшение инфраструктуры, повышение квалификации кадров на местах, продление времени пребывания по маршруту, эффективная работа с туроператорами и СМИ, регулирование туристических проектов на государственном уровне.

Минэкономразвития рассматривает разные виды поддержки отрасли: это и кредиты по сниженной процентной ставке, и специальный налоговый режим. Малый и средний бизнес в туризме, возможно, смогут получать кредиты по ставке 8,5%.

Информационная поддержка на федеральном уровне также важна. Необходимы обновленные данные, маркетинговые исследования гостиничного рынка региона, содействие в лицензировании, стандартизации объектов и сертификации гидов Золотого кольца.

Привлечение студентов и волонтеров целесообразно на разных участках работы. На деловых форумах неоднократно была озвучена мысль, что необходимо обновление контента. Информация устаревает и по оценкам выступающих уже не соответствует времени. Регион привлекает преимущественно возрастную аудиторию. Молодежи неинтересны устаревающие предложения туроператоров, нужны новые программы, мероприятия по привлечению молодых и платежеспособных туристов.

Все вышеперечисленные меры по повышению туристской привлекательности маршрута необходимо применять по отношению к региону Золотого кольца в целом и к каждому городу в отдельности.

Например, консалтинговое бюро «Стрелка» уже подготовило стратегию развития Сергиева Посада. Сергиев Посад - подмосковный город с населением около 100 000 человек, где находится один из главных центров православного паломничества – Троице-Сергиева лавра. По данным администрации, Сергиев Посад официально посещает от 600 тыс. до 1 миллиона туристов. В статистику не попадает большое количество индивидуальных туристов, поэтому реальные показатели гораздо выше.

Проект «Стрелки» предполагает кардинальные изменения: перестройку центра города и деление его на духовную и административную части. Центры мировых религий сегодня функционируют по открытой модели, пишут авторы концепции, без противопоставления духовного центра и светской части города. В качестве примеров приводится Ватикан, Иерусалим и Мекка.

Вопрос в том, как соединить духовный центр, туризм и интересы жителей города. Переустройство может коснуться центра города площадью примерно 400 га. Советские постройки ветшают и становятся непригодными, все это нужно восстанавливать или перестраивать заново. В городе планируют открыть культурный центр, включающий православный музей искусств, молодежный культурный центр, патриаршую богословскую библиотеку, конгресс-центр, гостиницу, корпус синодальных учреждений, миссионерский корпус, патриарший дом приемов и центр православных медиа. Открытие центра постепенно поможет разгрузить монастырь и перенаправить туристический поток в музеи и новые интересные места.

Проект, безусловно, может быть реализован в долгосрочной перспективе, с привлечением инвесторов и поддержкой от государства, но сейчас еще качество имеющихся проектов не дотягивает по уровню и, как следствие, не привлекает крупных инвесторов и профессиональных девелоперов. Поэтому надеяться на стремительный рост и грандиозные перемены пока не приходится.

Большая часть туристов посещает город кратковременно (не более 1 суток). Это происходит из-за общего дефицита в городе средств размещения. В настоящее время в городе работает целевая программа по увеличению количества объектов туристской инфраструктуры и улучшению сервисного обслуживания туристского потока.

На текущий момент все города Золотого кольца нуждаются в качественном маркетинговом сопровождении. Необходимо обновление бренда «Золотое кольцо», контента, позиционирования, продвижения. Необходимы различные ATL, BTL и PR мероприятия. Публикации материалов в деловой и развлекательной прессе, реклама на радио и по ТВ и, конечно, в Интернете. Участие в международных выставках, деловых форумах, конференциях, упоминание в туристических обзорах Российской Федерации, проведение мероприятий и культурных событий в городах туристического маршрута, привлечение блогеров и СМИ.

Региональный менеджмент также нуждается в повышении квалификации. Нужны грамотные управленцы гостиничными объектами, специалисты по бронированию и обслуживанию гостей. При этом необходимо повышать и уровень условий работы: системный подход к организации трудовой деятельности и обучения, предоставление дополнительных льгот (ДМС, курсы иностранного языка, питание, проживание в служебном жилье), обеспечение карьерного роста внутри компании, проведение тренингов, воспитание гостеориентированности, гостеприимства. Как говорит Билл Мариотт: «Счастливые работники делают счастливыми гостей, а это приводит к наилучшим финансовым результатам».

Помимо дефицита объектов размещения для гостей, существует и нехватка предприятий питания. Туристы не имеют возможности свободного выбора места для питания на загородных маршрутах.

Стоит отметить, что гастрономический туризм весьма перспективное направление. Безусловно, его развитие требует значительных усилий, но как показывает практика многих стран мира, этим направлением несомненно нужно заниматься.

Создатели «Гастрономической карты Владимирской области» объездили весь регион, чтобы собрать уникальные блюда и напитки местной кухни. За одну поездку на выходные туристы могут получить огромное удовольствие от многообразия гастрономических впечатлений – попробовать деликатесы от местных крестьян и рестораторов уровня премиум-класса.

Гастрономические туры по Владимирской области – отличная идея, это путешествие, включающее в свою программу и подробный интересный рассказ о возникновении кулинарной культуры и дегустацию самых аутентичных блюд, а при желании можно научиться их готовить. Гастрономические туры – это кулинарные мастер-классы, лекции, конкурсы, дегустации, знакомство со знаковыми персонами в сфере гастрономии, поездки на сельскохозяйственные фермы, винодельни, пекарни, сыроварни. Знаменитая суздальская «Медовуха» попкорн и чипсы из гречки, варенье из огурцов. Каждый город может создать что-то уникальное и превратить это в национальный бренд.

Концепция социально-экономического развития Ярославской области до 2025 года также включает программы по развитию сферы общественного питания. Есть задача обеспечить область заведениями различного уровня и формата, качества питания и уровня сервиса. Помимо этого, решается проблема с краткосрочным пребыванием туристов на 1-2 дня. Для этого строятся тематические парки, зоны для прогулок и отдыха, проводятся театральные и концертные мероприятия, строятся и реконструируются места массового досуга.

Развитие сервисной и досуговой сферы туризма – прерогатива малого и среднего бизнеса. Соответственно, одной из важнейших задач для развития туризма в регионах является формирование механизмов стимулирования.

Многие региональные команды, к сожалению, пока не готовы к работе с крупными инвесторами, в силу того, что не обладают необходимыми компетенциями. Зачастую инвестору самому приходится делать большую часть подготовительных работ: искать площадку, договариваться о строительстве, получать разрешительную документацию. Было бы правильнее разработать общий алгоритм, как работать с инвестором, и чтобы, когда появится компания, готовая вложить сотни миллионов рублей на развитие туристической отрасли, региональный менеджмент был к этому готов. И со стороны власти также требуются компетентные управленцы для урегулирования всех возникающих проблем.

В регионах дефицит компетентных кадров – как в туристической индустрии, так и в органах власти. Экспертиза региональных проектов очень важна. Нередко нужен взгляд со стороны, из столичного или даже зарубежного проектного офиса, главное, чтобы такой взгляд был грамотным, учитывающим местные условия и согласованным с местным бизнес-сообществом.

Минэкономразвития предполагает, что развитием индустрии гостеприимства должен заниматься сам рынок, но пока в этом сегменте рынок до конца не сформировался, задача государства поддержать бизнес и создать спрос. И это будет спрос на привлечение людей разного профиля – экспертов в гостиничной и туристической индустрии, проектных менеджеров, маркетологов, управляющих, архитекторов, рестораторов, урбанистов, историков, экологов, финансистов и прочих специалистов.

Если есть платежеспособный спрос, бизнес сам придет в отрасль, для этого есть все необходимые ресурсы, а от государства требуется только точечная федеральная и региональная поддержка. Например, что очень важно, создание инфраструктуры: строительство дорог, аэропортов, а также снижение визовых барьеров для иностранных

граждан. Поддержка государства – это временная мера, но она стимулирует развитие, поднимет общий уровень. Эта действительно та эффективная помощь, которая сейчас необходима всей туристической отрасли, во всех регионах страны.

Таким образом, мы приходим к выводу, что взаимодействие государства и бизнеса становится одним из важнейших факторов, влияющих на развитие внутреннего туризма в целом и туристического маршрута по городам Золотого кольца, в частности. Государственно-частное партнерство, обеспечивающее условия для привлечения частных инвестиций в реализацию туристических проектов, в большей мере определяет результативность и эффективность данного взаимодействия.

Государство способствует созданию благоприятных условий для развития туристической отрасли: создание и поддержание транспортной и дорожной инфраструктуры, регулирование отрасли на законодательном уровне, сохранение культурного наследия и экосистем.

Участвуя в государственно-частных проектах в сфере туризма, государство таким образом поддерживает инвесторов, формирует благоприятную инвестиционную среду. Реализация государственных программ способствует развитию бизнеса, что в свою очередь способствует строительству отелей, гостиниц, ресторанов, объектов индустрии развлечений, созданию и продвижению новых туристических продуктов, повышению числа занятых в отрасли.

Малый и средний бизнес, в свою очередь, может обеспечить рабочими местами часть местного населения по туристическому маршруту. В индустрии гостеприимства сосредоточено наибольшее количество именно субъектов малого и среднего предпринимательства. Сотрудничество государства и бизнеса создаст благоприятные условия для новых бизнес-инициатив и дальнейшего развития малого и среднего бизнеса в туризме. Индустрия гостеприимства основана, в основном, на вовлечении локальных ресурсов, что выгодно и государству, и предпринимателям. Развитие внутреннего туризма способствует повышению качества жизни и улучшению имиджа страны.

1. Электронная версия газеты «Ведомости». [Электронный ресурс]. URL: <http://www.vedomosti.ru> (дата обращения: 19.11.2020).
2. Электронная версия газеты «Коммерсант» [Электронный ресурс]. URL: <http://www.komersant.ru> (дата обращения: 20.11.2020).
3. Научная библиотека КиберЛенинка [Электронный ресурс]. URL: <http://www.cyberleninka.ru> (дата обращения: 15.11.2020)
4. Электронная версия газеты «Турпром» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.tourprom.ru> (дата обращения: 10.11.2020)
5. Сайт Федерального агентства по туризму [Электронный ресурс]. URL: <https://tourism.gov.ru> (дата обращения: 10.11.2020)
6. Сайт Союза городов Золотого кольца [Электронный ресурс]. URL: <http://www.goldenringunion.ru> (дата обращения: 01.11.2020)
7. Сайт государственного информационного агентства ТАСС [Электронный ресурс]. URL: <https://tass.ru> (дата обращения: 02.11.2020)
8. Электронная версия газеты «РБК» [Электронный ресурс]. URL: <https://www.rbc.ru> (дата обращения: 05.11.2020).
9. Сайт Министерства экономического развития РФ [Электронный ресурс]. URL: <https://www.economy.gov.ru> (дата обращения: 20.11.2020).
10. Сайт Администрации Сергиево-Посадского городского округа [Электронный ресурс]. URL: <http://www.sergiev-reg.ru> (дата обращения: 20.11.2020).
11. Официальный туристический портал Владимирской области [Электронный ресурс]. URL: <http://vladimirtravel.ru> (дата обращения: 2.11.2020).
12. Борщевский Г. А. Государственно-частное партнерство. М.: Юрайт, 2016.
13. Государственное и муниципальное управление в сфере туризма / коллектив авторов; под общ. ред. Е. Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014
14. Чудновский А. Д., Жукова М. А. Управление индустрией туризма России в современных условиях. М.: КноРус, 2015