

V. ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ПРОБЛЕМЫ СФЕРЫ УСЛУГ

УДК 338.48

N.P.Vashkevich, S.E. Barykin

PROBLEMS OF ENSURING ECONOMIC EFFICIENCY OF PARTICIPANTS OF THE ECOSYSTEM OF INCLUSIVE TOURISM

The paper contains a description of the ecosystem of inclusive tourism. The factors that have an impact on the value creation of participation in the ecosystem of inclusive tourism are presented. The need for inclusion of commercial operators in the ecosystem of inclusive tourism is substantiated. Potential models of financing in order to ensure affordability of inclusive tourism services are described (public-private partnership, crowdfunding, certificates etc). We demonstrate that public-private partnership is the optimal model of state participation in financing inclusive tourism services.

Keywords: inclusive tourism, ecosystem, stakeholder, economic efficiency, public-private partnership.

Н.П. Вашкевич¹, С.Е.Барыкин²**ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧАСТНИКОВ ЭКОСИСТЕМЫ ИНКЛЮЗИВНОГО ТУРИЗМА**

В работе дано описание экосистемы инклюзивного туризма. Представлены факторы, влияющие на формирование ценности участия в экосистеме инклюзивного туризма. Обоснована необходимость привлечения в экосистему инклюзивного туризма коммерческих операторов. Описаны возможные модели привлечения дополнительного финансирования для обеспечения экономической доступности услуг инклюзивного туризма (государственно-частное партнёрство, краудфандинг, целевые сертификаты и т.д.). Показано, что оптимальной моделью участия государства в финансировании услуг инклюзивного туризма является государственно-частное партнёрство.

Ключевые слова: инклюзивный туризм, экосистема, стейкхолдер, экономическая эффективность, государственно-частное партнёрство.

DOI: 10.36807/2411-7269-2023-4-35-91-96

Развитие инклюзивности во всех сферах жизни современного общества является важной тенденцией, следовать которой считают необходимым как коммерческие организации, так и некоммерческие структуры. Одним из направлений обеспечения инклюзивности является сфера туризма, где в последние годы активно внедряются продукты, сервисы и модели создания ценности, ориентированные на специфические запросы людей с особыми потребностями [1], [2], [3]. Благодаря этому постепенно формируется экосистема инклюзивного туризма, включающая в себя различные группы стейкхолдеров, участвующих в процессе создания ценности для данной категории потребителей.

При этом, как в научной литературе, так и в обществе широко распространено представление о том, что инклюзивный туризм по своей природе представляет социально ориентированный вид деятельности, не предполагающий коммерческой окупаемости и требующий для своей реализации внешнего финансирования [1]. Фактически при таком подходе становится невозможным обеспечивать экономическую эффективность всех участников экосистемы инклюзивного туризма, что неприемлемо в условиях рыночной экономики.

¹ Вашкевич Н.П., аспирант; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого", г. Санкт-Петербург

Vashkevich N.P., Postgraduate; Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Polytechnic University of Peter the Great", Saint-Petersburg
E-mail: natali.vashkevich@internet.ru

² Барыкин С.Е., профессор, доктор экономических наук, доцент; Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский государственный политехнический университет Петра Великого", г. Санкт-Петербург

Barykin S.E., Professor, Doctor of Economics, Associate Professor; Federal State Autonomous Educational Institution of Higher Education "Saint-Petersburg State Polytechnic University of Peter the Great", Saint-Petersburg
E-mail: sbe@list.ru

В данной работе мы попытаемся описать, за счёт каких факторов достигается экономическая эффективность (точнее, формируется ценность) организаций (и, шире, экономических агентов), ведущих свою деятельность в сфере инклюзивного туризма и относящихся к его экосистеме. Понимание этих факторов позволит повысить качество управления этими экономическими агентами в целях максимизации ценности, создаваемой для людей с особыми потребностями (и, в целом, для всех участников экосистемы инклюзивного туризма), а также даст возможность оценивать экономический эффект, который стейкхолдеры экосистемы инклюзивного туризма получают от своего участия в ней [4], [5], [6].

Участниками экосистемы инклюзивного туризма являются:

- люди с особыми потребностями;
- прочие потребители туристских услуг;
- операторы туристских сервисов (туристские компании, транспортные предприятия, гостиницы и т.д.);
- провайдеры туристских продуктов (музеи и т.д.);
- компании-адаптеры (обеспечивающие адаптацию традиционных туристских продуктов и сервисов к запросам людей с особыми потребностями);
- государство;
- благотворительные организации.

В таблице представлены факторы, которые способствуют формированию и разрушению ценности, связанной с участием стейкхолдеров в экосистеме инклюзивного туризма.

Таблица – Факторы создания и разрушения ценности для участников экосистемы инклюзивного туризма

Стейкхолдеры	Факторы создания ценности	Факторы разрушения ценности
Люди с особыми потребностями	Получение доступа к туристским продуктам	- Относительное ухудшение доступа к туристским продуктам. - Фактическая недоступность инклюзивных туристских продуктов из-за высокой стоимости
Прочие потребители туристских услуг	Потребление туристских услуг в соответствии с инклюзивными ценностями	- Ухудшение условий потребления туристских услуг. - Возможность роста стоимости туристских услуг
Операторы туристских сервисов	- Рост выручки (благодаря увеличению количества потребителей и росту числа инклюзивных туристских продуктов). - Рост лояльности клиентской аудитории. - Рост стоимости бизнеса благодаря соответствию ценностям ESG	Высокие затраты на развитие инклюзивных туристских сервисов
Провайдеры туристских продуктов	- Рост выручки (благодаря увеличению количества потребителей и росту числа инклюзивных туристских продуктов). - Рост стоимости бизнеса благодаря соответствию ценностям ESG	Высокие затраты на развитие инклюзивных туристских сервисов
Компании-адаптеры	Рост выручки	Малый размер рынка, препятствующий выходу на окупаемость и долгосрочному развитию
Государство	- Повышение качества жизни населения. - Рост налоговых поступлений (от коммерческих организаций отрасли инклюзивного туризма)	Высокие затраты на поддержку инклюзивной трансформации туристской отрасли
Благотворительные организации	- Достижение социальных целей своего функционирования. - Увеличение числа пожертвований	- Рост затрат. - Рост усилий на привлечение дополнительного финансирования

Важно отметить, что для людей с особыми потребностями наличие формальной возможности приобретения туристских услуг может в реальности являться фактором разрушения ценности:

- люди с особыми потребностями делятся на значительное количество категорий, для каждой из которых необходима собственная модель адаптации туристских продуктов и сервисов к их запросам [7], [8]. В том случае, если адаптация продуктов коснулась только одной из категорий потребителей, остальные группы клиентов могут испытывать негативные эмоции, поскольку их интересы обеспечены не были (и их положение оказалось

хуже, чем не только у обычных потребителей, но и у людей с особыми потребностями, относящихся к другим категориям). Примером может быть ситуация, когда для обеспечения доступности туристского объекта для маломобильных групп граждан он оборудуется подъёмниками и пандусами, однако в нём отсутствует возможность получения услуги для людей с проблемами со зрением или слухом [7], [9], [10]. В этом случае относительное положение людей с проблемами со зрением или слухом ухудшилось. Это означает, что адаптация туристских объектов, продуктов и сервисов должна проводиться в интересах всех категорий людей с особыми потребностями. Иными словами, необходимо обеспечивать равную доступность туристских услуг не только для обычных потребителей и людей с особыми потребностями, но и для всех категорий людей с особыми потребностями;

- хотя формально возможность получения сервиса может существовать, на практике он может быть недоступным из-за его высокой стоимости, что также отрицательно влияет на самооценку людей с особыми потребностями и подчёркивает их неинклюзивное положение не только с точки зрения возможностей здоровья, но и с точки зрения финансовых возможностей [11]. По этой причине большое значение имеет обеспечение экономической доступности данных сервисов.

Особый интерес для нас представляют факторы создания ценности для коммерческих участников экосистемы инклюзивного туризма (операторов туристских сервисов, провайдеров туристских продуктов и компаний-адаптеров), поскольку от величины предполагаемого экономического эффекта от участия в экосистеме инклюзивного туризма будет зависеть привлекательность (и, как следствие, целесообразность) их участия в этой экосистеме. Очевидно, что необходимо привлекать в экосистему инклюзивного туризма коммерческих участников по следующим причинам:

- привлечение частных коммерческих игроков позволит расширить спектр услуг в сфере инклюзивного туризма и увеличить охват целевой аудитории их потребителей. В том случае, если соответствующая деятельность будет осуществляться только государством как набор услуг, так и охват потребителей будет неизбежно ограниченным;

- коммерческие операторы в силу специфики своей деятельности ориентированы на максимально полное удовлетворение запросов клиента (тогда как государственные сервисы зачастую носят функциональный, а не клиентоориентированный характер). Участие коммерческих операторов в экосистеме инклюзивного туризма позволит повысить качество предоставляемых услуг и уровень удовлетворения запросов людей с особыми потребностями;

- получение доступа к услугам, предоставляемым государством, зачастую некомфортно для потребителей (поскольку им необходимо заполнять большое количество документов, чувствовать себя просителями, доказывать своё право на получение услуги и т.д.), что фактически подчёркивает их неинклюзивное состояние и вызывает у них нежелание участвовать в таких программах [12]. При приобретении услуги у коммерческого оператора клиенты, относящиеся к категории людей с особыми потребностями, ничем не отличаются от других потребителей, что способствует обеспечению инклюзивности;

- часть целевой аудитории услуг инклюзивного туризма обладает достаточным доходом для того, чтобы приобретать такие услуги на коммерческой основе [13], [14].

Как показывает таблица, ценность от участия в экосистеме инклюзивного туризма с экономической точки зрения может носить прямой и косвенный характер. В частности, для операторов туристских сервисов и провайдеров туристских продуктов ценность может реализовываться в следующих формах:

- прирост выручки благодаря предоставлению услуг инклюзивного туризма;
- рост привлекательности компании в глазах общества (благодаря соответствию современным социальным ценностям), благодаря чему сотрудничеству с ней будут отдавать предпочтение и обычные потребители (иными словами, может вырасти объём продаж услуг, ориентированных на потребности обычной аудитории);

- рост капитализации (благодаря положительной оценке инвесторами стремления компании соответствовать требованиям ESG-трансформации) [15]. Отметим, что этот фактор имеет значение только для публичных корпораций (к их числу могут относиться крупные гостиничные сети, авиакомпании и т.д.).

Как показывает таблица, коммерческим операторам необходимо обеспечить компромисс между тремя требованиями:

- увеличение затрат на предоставление туристских услуг в связи с необходимостью их адаптации к запросам людей со специфическими потребностями;
- получение прибыли от предоставления услуг инклюзивного туризма;
- обеспечение ценовой доступности услуг инклюзивного туризма.

Это означает, что коммерческим операторам может быть необходимо дополнительное финансирование, которое может привлекаться для решения следующих задач:

- компенсация затрат на адаптацию туристских объектов, продуктов и сервисов к специфическим запросам людей с особыми потребностями. Организационно-экономическим механизмом (ГЧП) реализации такой компенсации может быть государственно-частное партнёрство, в рамках которого коммерческий оператор принимает на себя обязательство предоставлять услуги инклюзивного туризма, а государство в течение определённого периода осуществляет выплаты, призванные компенсировать затраты, связанные с формированием инфраструктуры и адаптацией объектов и продуктов, необходимых для предоставления этих услуг [16]. Однако, помимо ГЧП, возможно использование и альтернативных инструментов, например, привлечение средств благотворительных фондов [17] или краудфандинг [18]. К участию в краудфандинге могут привлекаться существующие клиенты компании, которым, при приобретении её услуг, может предлагаться сделать целевое пожертвование на реализацию программы обеспечения доступности инклюзивного туризма [19]. Такая модель будет способствовать вовлечению обычных потребителей в экосистему инклюзивного туризма и расширит её ресурсный потенциал. Кроме того, допустим вариант, при котором коммерческий оператор за счёт собственных средств на благотворительной основе самостоятельно финансирует проведение соответствующих мероприятий (однако такая модель наиболее вероятна либо для нишевых операторов, для которых важны инклюзивные ценности, либо, напротив, для крупных компаний, которые заинтересованы в повышении своей капитализации на основе ESG-трансформации [15] и реализации программ корпоративной социальной ответственности [20], тогда как для большинства компаний предпочтительным будет привлечение внешнего финансирования). Наконец, отметим, что ресурсная поддержка не обязательно должна привлекаться в форме финансирования – коммерческий оператор также может использовать краудсорсинг [21] или обращаться к содействию волонтеров [22]. Таким образом, коммерческие операторы сферы инклюзивного туризма могут использовать широкий спектр различных организационно-экономических механизмов для ресурсной поддержки своей деятельности [23];

- обеспечение экономической доступности услуг инклюзивного туризма для людей с особыми потребностями. Здесь также допустим механизм государственно-частного партнёрства (при котором государство компенсирует коммерческому оператору убытки, связанные с предоставлением услуг инклюзивного туризма). Наряду с ним могут использоваться сертификаты, выдаваемые людям с особыми потребностями (что требует разработки механизма финансирования и распределения таких сертификатов).

Очень важно, чтобы дополнительное финансирование, предоставляемое людям с особыми потребностями, выделялось на недискриминационной основе, в рамках прозрачных и удобных для выполнения процедур. Чрезмерные затраты усилий на доказательство своего права на получение такого финансирования и на доступ к услугам инклюзивного туризма может оттолкнуть людей с особыми потребностями от участия в данных программах и дополнительно подчеркнёт в их глазах их уязвимое положение. В результате соответствующие программы не смогут достичь своих целей.

Именно по этой причине мы считаем, что если для предоставления услуг инклюзивного туризма необходимо дополнительное финансирование, то предпочтительным является использование государственно-частного партнёрства, поскольку в этом случае с государством взаимодействуют не потребители услуг инклюзивного туризма, а коммерческие операторы. Однако оптимальным является вариант, при котором такое дополнительное финансирование не требуется, а возросшие затраты коммерческого оператора компенсируются либо непосредственно (за счёт выручки от предоставления услуг инклюзивного туризма), либо косвенно (благодаря дополнительной выручке от традиционной клиентской аудитории, привлечённой возможностью сотрудничества с социально ответственным оператором).

Наши выводы:

- несмотря на то что развитие инклюзивного туризма чаще всего рассматривается с точки зрения решения социальных, а не экономических задач, необходимо стремиться к тому, чтобы деятельность по предоставлению услуг инклюзивного туризма приносила прибыль её операторам, поскольку это будет способствовать вовлечению в экосистему инклюзивного туризма коммерческих компаний, способных обеспечить высокое качество услуг и уважение к запросам людей с особыми потребностями;

- для услуг инклюзивного туризма, предоставляемых коммерческими операторами, большое значение имеет обеспечение их экономической доступности;

- предпочтительным инструментом привлечения государственного финансирования для поддержки создания инфраструктуры инклюзивного туризма и адаптации туристских объектов, продуктов и сервисов под запросы людей с особыми потребностями является государственно-частное партнёрство, поскольку оно устраняет для людей с особыми потребностями необходимость взаимодействовать с бюрократическими учреждениями и доказывать своё право на получение услуги (или, по крайней мере, минимизирует эту необходимость).

Список использованных источников

1. Борисенко-Клепач Н.М. Инклюзивный туризм: что, как и зачем? – Минск: Офис по правам людей с инвалидностью, 2016. – 23 с.
2. Кропотова Н.Е., Петрова Ю.И., Кутыева Э.Р. Туризм для людей с ограниченными возможностями: специфика, проблемы организации, современное состояние // Инновационные проекты в области предпринимательства, образования, экологии, спорта и туризма: Сборник по материалам докладов XV международной конференции молодых учёных, Санкт-Петербург, 26 ноября 2015 года / Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, Институт экономики и управления. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2015. – С. 89-93.
3. Пирогова О.Е., Мустафина А.В., Гамидова А.Э. Инклюзивный туризм: понятие и сущность // Управленческое консультирование. – 2023. – № 6(174). – С. 81-89.
4. Гамидова А.Э. Развитие и эффективность туризма как вида экономической деятельности / А.Э. Гамидова, В.А. Плотников // Цивилизационные перемены в России: Материалы XIII Всероссийской научно-практической конференции, Екатеринбург, 15 мая 2023 года. – Екатеринбург: федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования "Уральский государственный лесотехнический университет", 2023. – С. 238-244. – EDN WYJSSC.
5. Пирогова О.Е., Курилкина А.В., Засенко В.Е. Особенности KPI-системы предприятия гостиничного бизнеса // Глобальный научный потенциал. – 2023. – № 4(145). – С. 297-301.
6. Пирогова О.Е. Развитие инклюзивного туризма в сфере гостеприимства на основе модификации KPI бизнес-процессов / О.Е. Пирогова, А.В. Мустафина, В.Е. Засенко // Международный научный журнал. – 2022. – № 3(84). – С. 7-16. – DOI 10.34286/1995-4638-2022-84-3-7-16. – EDN NORVNS.
7. Плотникова В.С. Требования к инклюзивному туризму в загородных средствах размещения / В.С. Плотникова, М.И. Максимов // Туризм и гостеприимство. – 2022. – № 1. – С. 36-43. – EDN NKHINQ.
8. Кропотова Н.Е. Доступность музеев Санкт-Петербурга для глухих и слабослышащих людей / Н.Е. Кропотова, Э.Р. Кутыева // Инновационные проекты в области предпринимательства, образования, экологии, спорта и туризма: Материалы докладов участников XVI Международной конференции молодых учёных, Санкт-Петербург, 23 ноября 2016 года / Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена; Институт экономики и управления. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2016. – С. 158-161. – EDN XWMEQH.
9. Намазов А.К. Анализ реализации доступной среды в Санкт-Петербурге на примере Приморского района / А.К. Намазов, Я.К. Корягина, К.А. Намазов // Современные векторы прикладных исследований в сфере физической культуры и спорта: Сборник научных статей II Международной научно-практической конференции для молодых учёных, аспирантов, магистрантов и студентов, Воронеж, 25–26 февраля 2021 года / Под редакцией А. В. Сысоева [и др.]. – Воронеж: Общество с ограниченной ответственностью "Издательство Ритм", 2021. – С. 341-347. – EDN MRJLMR.
10. Харева В.А. Оценка соответствия рынка гостиничных услуг ожиданиям потребителей (на примере Республики Карелия) // Международный научный журнал. – 2018. – № 5-6. – С. 18-28.
11. Воронина Е.А., Переверзева Т.А. Особенности ценообразования в гостиничной индустрии // Неделя науки СПбПУ: Материалы научной конференции с международным участием. Институт промышленного менеджмента, экономики и торговли, Санкт-Петербург, 19–24 ноября 2018 года. Том Часть 3. – Санкт-Петербург: Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого", 2018. – С. 305-307.

12. Trends of evolution of food security: digital transformation, social entrepreneurship and human dignity / V.V. Bakharev, G.Yu. Mityashin, E.V. Stelmashonok [et al.] // *Siberian Journal of Life Sciences and Agriculture*. – 2023. – Vol. 15, No. 2. – P. 363-391. – DOI 10.12731/2658-6649-2023-15-2-363-391. – EDN KBWSDA.

13. Карманова А.Е., Семенова Ю.Е. Является ли обузой для экономики стареющее население? // *Наука и бизнес: пути развития*. – 2018. – № 1(79). – С. 50-52.

14. Пирогова О.Е., Погорелов Н.В., Мустафина А.В. Исследование вклада инклюзивного туризма в ВРП Санкт-Петербурга на основе анализа активности пользователей туристического портала // *Наука и бизнес: пути развития*. – 2022. – № 8(134). – С. 138-141.

15. Шелейко В.А. Основные подходы к формированию ESG политики в туризме / В.А. Шелейко, А.А. Курочкина // *Инновационный потенциал цифровой экономики: состояние и направления развития: сборник научных статей 2-й Международной научно-практической конференции, Курск, 20–21 октября 2022 года*. – Курск: Юго-Западный государственный университет, 2022. – С. 282-287. – EDN UQVBWS.

16. Курбанов А.Х. Государственно-частное партнёрство и аутсорсинг: сравнительный анализ структуры и характера отношений / А.Х. Курбанов, В.А. Плотников // *В мире научных открытий*. – 2013. – № 4(40). – С. 33-47. – EDN PXILZR.

17. Новосельский С.О. Благотворительность как инструмент социально-экономического развития и расширения потенциала корпоративной социальной ответственности в условиях геополитической нестабильности / С.О. Новосельский, М.А. Булавина, С.А. Попова // *Вопросы политологии*. – 2023. – Т. 13. – № 6-1(94-1). – С. 2653-2664. – DOI 10.35775/PSI.2023.94-1.6-1.014. – EDN VHWIKS.

18. Бакуменко М.А. Риски краудфандинга как инновационного механизма финансирования реальных инвестиционных проектов / М.А. Бакуменко, А.В. Сигал // *Моделирование и анализ безопасности и риска в сложных системах: Сборник статей Международной научной конференции, Санкт-Петербург, 23–25 июня 2020 года / Под редакцией Е.Д. Соложенцева, В.В. Карасева*. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет аэрокосмического приборостроения, 2020. – С. 91-96. – EDN YZNNKM.

19. Котляров И.Д. Экосистема: новые способы взаимодействия компании с работниками, клиентами и широкой публикой / И.Д. Котляров // *Вестник НГУЭУ*. – 2013. – № 4. – С. 54-68. – EDN RSSVPF.

20. Лещенко О.А. Современные методики оценки эффективности деятельности компаний в области КСО / О.А. Лещенко, Е.В. Корчагина // *Менеджмент в России и за рубежом*. – 2014. – № 1. – С. 11-18. – EDN RZTZPD.

21. Колпакиди И.А. Применение краудсорсинга в индустрии туризма и гостеприимства / И.А. Колпакиди, Э.Р. Кутыева // *Молодёжный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: Сборник статей по материалам 2-й международной студенческой научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 21 апреля 2016 года*. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2016. – С. 130-133. – EDN VXXFFR.

22. Петрова Ю.И., Кутыева Э.Р. Волонтерские программы как вид молодёжного туризма // *Молодёжный туризм в России: ресурсы, тенденции, перспективы: Сборник статей по материалам 2-й международной студенческой научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 21 апреля 2016 года*. – Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена, 2016. – С. 291-294.

23. Котляров И.Д. Метафирма как форма организации хозяйственной деятельности / И.Д. Котляров // *Управление экономикой: методы, модели, технологии: материалы XV Международной научной конференции. В 2 томах, Уфа – Красноуфольск, 22–24 октября 2015 года. Том 1*. – Уфа – Красноуфольск: ГОУ ВПО "Уфимский государственный авиационный технический университет", 2015. – С. 88-91. – EDN UTVXTR.