

УДК 332.142, 338.48

A.B.Chernomorets

ON FORMATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT SYSTEM IN THE TOURISM AND HOSPITALITY SPHERE AT THE REGIONAL LEVEL TAKING INTO CONSIDERATION INNOVATIVE COMPONENT

The article is devoted to understanding the issue of managing the processes of sustainable development of the tourism and hospitality industry. The structure of the development of elements of a tourist destination is presented, taking into account the principles of sustainable development. Innovative processes are considered as an integral part of sustainable development. The substantiation of the types of innovative processes in the hospitality industry system and their contribution to the sustainable development of the regional economic system is given.

Keywords: tourism and hospitality industry, systematic approach, sustainable development, innovative technologies, regional economic system, tourist destination.

А.Б.Черноморец¹

К ВОПРОСУ О ФОРМИРОВАНИИ СИСТЕМЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА И ГОСТЕПРИИМСТВА РЕГИОНАЛЬНОГО УРОВНЯ С УЧЁТОМ ИННОВАЦИОННОЙ СОСТАВЛЯЮЩЕЙ

Статья посвящена осмыслению вопроса управления процессами устойчивого развития индустрии туризма и гостеприимства. Представлена структура разработки элементов туристской дестинации с учётом принципов устойчивого развития. Рассмотрены инновационные процессы как неотъемлемая составляющая устойчивого развития. Дано обоснование типов инновационных процессов в системе индустрии гостеприимства и их вклад в устойчивое развитие региональной экономической системы.

Ключевые слова: индустрия туризма и гостеприимства, системный подход, устойчивое развитие, инновационные технологии, региональная экономическая система, туристская дестинация.

DOI: 10.36807/2411-7269-2022-4-31-64-71

Последние десятилетия туризм являлся крупнейшей индустрией в мире. Так, в допандемийном 2019 г. было зафиксировано 1,5 млрд туристских прибытий, и индустрия показывала стабильный ежегодный рост, который также прогнозировался на 2020 г. Однако, пандемия вируса COVID-19 изменила ситуацию, и в 2020 г. количество туристских поездок (прибытий) составляло всего 62% от уровня 2019 г. В 2021 г. некоторые регионы стали восстанавливать турпоток, причём наиболее активно – регионы массового туризма – страны Карибского бассейна, Средиземноморье, и в 2021 г. вклад туризма в Мировую экономику составил 1,9 трлн долл., что на 1,4 трлн долл. ниже, чем в 2019 г., несмотря на то, что цены на транспорт и размещение выросли [1].

Массовый туризм можно определить, как масштабный и ориентированный на максимально широкий круг клиентов. Многие дестинации успешно занимаются массовым туризмом, но негативные последствия порой перевешивают выгоды, по крайней мере, с точки зрения местного сообщества и экологического воздействия. Поэтому для анализа успешности туристского бизнеса в регионе невозможно опираться только на статистические показатели роста числа прибытий (поездок). Пристальное внимание к качественным, высокодоходным потребителям способно принести дестинации пользу гораздо больше, чем массовый маркетинг, ведь далеко не всегда туристов интересует культура принимающей страны или её аутентичная среда, и не все формы туризма или типы посетителей совместимы с местными целями и условиями.

Устойчивый подход к управлению туристическими дестинациями основан на глобально применимых принципах устойчивости. Любые действия по управлению дестина-

¹ Черноморец А.Б., доцент кафедры Управления в сфере туризма и гостиничного бизнеса, кандидат технических наук, доцент; Северо-Западный институт управления – филиал РАНХиГС, г. Санкт-Петербург
Chernomorets A.B., Associate Professor of the Department of Tourism and Hotel Business Management, PhD in Technical Sciences, Associate Professor; North-West Institute of Management – branch of RANEPA, Saint-Petersburg
E-mail: anna.chernomorets@gmail.com

цией следует рассматривать с точки зрения ценностей устойчивого развития. Однако, массовый туризм, по большей части, несовместим с маркетинговой стратегией устойчивого туризма.

Вместе с тем, большинство туристских регионов и дестинаций в своём развитии ориентируются не только исключительно на массового, либо, наоборот, на высокодоходного эксклюзивного туриста, имея в своём маркетинг-миксе целый спектр портретов целевых потребителей разного уровня. При таком смешанном подходе, задача устойчивого развития не может решаться исключительно количественным снижением туристского потока. Максимизация прибыли от каждого потребителя и нахождение баланса между количеством и качеством прибывающих в регион – эта сложная задача, которая требует тщательного изучения и поиска решений.

Разработке проблематики устойчивого развития туристских дестинаций посвящены работы многих авторов, в частности, Рассохиной Т.В [2], Лебедева К.А. [2], [3], Кулян К.К. [4] и др.

В то время как традиционный маркетинг уделяет большое внимание потребностям и желаниям потенциальных клиентов, маркетинг устойчивого туризма начинается с учёта ценностей и целей сообщества, основанных на его потребностях. Сохранение целостности базы природных и культурных ресурсов лежит в основе такого подхода. Но необходимо также уделять внимание тому, чтобы туристическая индустрия дестинации была конкурентоспособной и экономически устойчивой, а местное население продолжало поддерживать туризм и те изменения, которые он часто приносит.

Вот некоторые из наиболее важных принципов устойчивого развития туризма.

- Туризм должен быть инициирован с помощью широкого вклада сообщества, и сообщество должно сохранять контроль над развитием туризма.

- Туризм должен обеспечить качественную занятость жителей своего сообщества, и необходимо установить связь между местным бизнесом и туризмом.

- Должен быть установлен свод правил для туризма на всех уровнях: национальном, региональном и местном, основанный на международно признанных стандартах. Должны быть установлены руководящие принципы для туристической деятельности, оценки воздействия, мониторинга кумулятивного воздействия и пределов допустимых изменений.

- Должны быть созданы программы образования и обучения для улучшения и управления наследием и природными ресурсами.

Процесс управления дестинацией требует, чтобы разрабатывались продукты, будь то культурные, природные или нематериальные по своей природе, для удовлетворения потребностей рынка. На Рис. 1 представлена структура разработки элементов туристской дестинации с учётом принципов устойчивого развития.

Предложение, которое выходит на туристский рынок, должно иметь в основе понимание природы продукта, его востребованность и ёмкость рынка. Причём, эта взаимосвязь является более сложной, чем с другими формами продуктов, поскольку при развитии дестинации часто мы имеем дело с незаменимыми и хрупкими туристскими ресурсами, сохранение которых и поддержание в балансе с рынком является важной задачей устойчивого развития.

В любом случае устойчивое развитие должно отвечать трём фундаментальным и равным целям, а именно:

- экономическим: производство товаров и услуг (главным критерием достижения этой цели является эффективность);

- экологическим: сохранение и рациональное использование природных ресурсов (главным критерием является сохранение биоразнообразия и поддержание экологической целостности);

- социальным: поддержание и повышение качества жизни, и межпоколенческое, а также внутривозрастное равенство в распределении благ.



Рис. 1 – Элементы устойчивого развития туристской дестинации

С точки зрения системного подхода, туризм можно рассматривать как многоуровневую территориальную социально-экономическую систему, при этом территориальная туристско-рекреационная система является её частным случаем [5]. Данная система является совокупностью подсистем и включает в себя совокупность компонентов – хозяйствующих субъектов (средств размещения, предприятий питания, транспортных компаний, предприятий сервиса и пр.), сопутствующих отраслей и вспомогательных учреждений, каждый из которых, в свою очередь, также состоит из ряда подсистем.

Известно [6], [7], [8], что инновации являются неотъемлемой частью устойчивого развития; одной из целей ООН в области устойчивого развития является "создание стойкой инфраструктуры, содействие всеохватной и устойчивой индустриализации и инновациям" [9].

Вопросами изучения инновационного потенциала предприятий индустрии гостеприимства, инновационных процессов и их управлением последние годы занималось большое число авторов. Этим темам посвящены, в частности, работы Гареева Р.Р. [10], Макриновой Е.В. [11], Астафьевой О.А. [12] и др. Большинство авторов сходятся во мнении, что индустрия гостеприимства имеет большой инновационный потенциал, связанный, во-первых, с интенсивным развитием отрасли, во-вторых, с постоянным неснижающимся спросом на услуги отрасли, в-третьих, с развитием современных технологий, имеющих несомненные перспективы для внедрения и успешного использования на предприятиях индустрии гостеприимства. Наряду с этим, инновации способны влиять на экологическое состояние территорий, снижая экологическую нагрузку от предприятия, что является важным фактором устойчивого развития территориальных систем [13].

Инновационный подход в сфере гостеприимства – это не только использование современных информационных технологий и предоставление новых услуг, это также целый комплекс нововведений, затрагивающих абсолютно все сферы управления (управление качеством, финансами, персоналом и т.п.), причём более эффективной инновационная политика организации будет в случае одновременного ведения разных типов новшеств [10]. Инновационным процессом в индустрии туризма и гостеприимства будет являться деятельность, осуществляемая с применением инноваций (внедрённых новшеств)

– технологических, организационных, экологических, социальных и др., – направленная на оптимизацию деятельности предприятия как части системы туризма и гостеприимства с целью снижения издержек и повышения экономического эффекта.

Каждое предприятие индустрии гостеприимства, как ключевая составляющая базового уровня региональной системы туризма и гостеприимства, реализует в своей деятельности три основные функции – производственную (производство продукта), торговую (продажа продукта потребителю) и сервисную (обслуживание потребителей). Наличие этих трёх взаимодополняющих функций коренным образом отличает предприятие отрасли индустрии гостеприимства от торговых предприятий, предприятий промышленности и сервиса. Таким образом, функционирование системы каждого конкретного предприятия индустрии гостеприимства следует рассматривать как совокупность трёх основных подсистем, включённых в создание цепочки добавленной стоимости, и ряда вспомогательных (маркетинговой, финансовой, информационной и др.).

Каждая из основных подсистем обладает собственным набором функций, каждая из которых может явиться объектом инновационной трансформации.

Рассмотрим их поэлементно для каждой из подсистем.

Основными функциями технологической подсистемы предприятия гостеприимства являются:

- проектирование (разработка) и внедрение новых видов продукции;
- оснащение гостиничных номеров, подготовка их к заселению гостей, уборка;
- разработка и внедрение новых технологических процессов обработки пищевого сырья и полуфабрикатов и выпуска готовой кулинарной продукции, а также новых процессов уборки и оснащения номеров;
- осуществление производственного процесса, включающего в себя как основной технологический процесс по переработке сырья и выработке кулинарной (кондитерской) продукции, так и вспомогательные процессы (хранение, транспортировка сырья и полуфабрикатов, обслуживание технологического оборудования и пр.);
- контроль качества кулинарных полуфабрикатов и готовой продукции на всех стадиях технологического процесса производства;
- планирование и управление производственным персоналом, сырьевыми запасами, материально-техническими ценностями, включёнными в производственный процесс.

Следовательно, инновационные процессы, направленные на совершенствование производственной деятельности с целью её оптимизации и выпуска более качественной, менее ресурсоёмкой и просто новой продукции, привлекательной для потребителей, имеющие место в данной подсистеме, будут иметь в качестве объектов следующие компоненты производственной подсистемы:

1. Технологическое оборудование.
2. Пищевое сырьё и кулинарную продукцию – пищевые компоненты.
3. Технологические процессы.
4. Контроль качества полуфабрикатов, готовой продукции; контроль технологических параметров и т.д.
5. Планирование и управление (ассортиментом и объёмом выпуска продукции, персоналом и пр.).

Рассмотрим теперь функции торговой подсистемы предприятия индустрии гостеприимства. К ним можно отнести следующие:

- организацию закупок продовольственного сырья и материально-технических средств, а также технологического оборудования;
- организацию сбыта собственной продукции предприятия питания (в зависимости от специализации, это может быть как готовая кулинарная и кондитерская продукция, так и полуфабрикаты);
- организацию расчётов с поставщиками и потребителями и операции, связанные с выполнением данной функции и др.

Очевидно, что инновационные процессы будут направлены на совершенствование торговой деятельности предприятия индустрии гостеприимства с целью её оптимизации, снижения издержек обращения, расширения рынков сбыта и пр. Объектами таких процессов, соответственно, могут являться следующие компоненты торговой подсистемы:

1. Торговое и прочее оборудование, используемое в процессе осуществления торговой функции предприятия питания.
2. Технологии (расширения рынков сбыта, оптимизации издержек обращения и др.).
3. Контроль за расчётами, персоналом, товарно-сопроводительными документами и другими элементами системы, связанными с осуществлением торговых функций.
4. Управление поставками продовольственного сырья и материально-технических средств, отгрузкой продукции, регулирование сбыта и пр.

Рассмотрим сервисную систему (систему оказания услуг) предприятия индустрии гостеприимства. Услуги, предоставляемые потребителям в предприятиях индустрии гостеприимства различных типов и классов, подразделяются на:

- услуги питания;
- услуги по изготовлению кулинарной продукции и кондитерских изделий;
- услуги по организации потребления и обслуживания;
- услуги по реализации кулинарной продукции;
- услуги по организации досуга;
- информационно-консультативные услуги и др.

Следовательно, инновационные процессы, имеющие место в данной подсистеме могут включать:

1. Оборудование, непосредственно используемое в процессе оказания гостям услуг.
2. Технологии оказания услуг гостям, в том числе создание новых услуг.
3. Контроль качества оказания услуг.
4. Управление оказанием услуг.

Таким образом, проанализировав все типы инновационных процессов, возможных в каждой из подсистем, мы выделяем 4 основные группы инновационных процессов, свойственных данной системе:

1. Процессы по созданию инновационных продуктов питания или их компонентов. Сюда относятся как сами продукты, являющиеся результатом интеллектуальной деятельности человека, так и пищевые вещества, изменяющие структуру или технологические свойства пищевых продуктов.
2. Инновационное технологическое оборудование, которое либо использует новые способы воздействия на пищевой продукт (например, вакуум, ультразвук и пр.), либо способно работать под управлением программного обеспечения в автоматическом режиме, при этом производственный процесс оптимизируется.
3. Инновационные методы организации производства и обслуживания на предприятиях питания. Сюда можно отнести такие способы организации, в основу которых положены принципы научного подхода, нормирования труда и оптимизации процессов в соответствии с поставленными заказчиком задачами, включая современные информационные технологии, используемые для заказа, учёта, расчётов с клиентами и контроля.
4. Инновационные методы управления системой индустрии гостеприимства, направленные на снижение издержек и повышение конкурентоспособности продукции.

Ключевые цели любого коммерческого предприятия и, в том числе, предприятия индустрии туризма и гостеприимства заключаются в полноте удовлетворения запросов потребителей и получении прибыли. Это требует поиска наиболее результативных вариантов действий, соответствующих долгосрочным целям системы индустрии гостеприимства, и предполагает разработку комплекса мер, являющихся концепцией устойчивого развития, как для всей системы отрасли индустрии гостеприимства, так и для каждого отдельного предприятия, в неё входящего.

Устойчивое развитие системы – это её способность на протяжении всего цикла хозяйствования добиваться поставленных целей под воздействием различных факторов, а также сохранять положение равновесия, приспосабливаясь самостоятельно к их воздействию, посредством перехода из одного качественного состояния в другое, более развитое. Важным условием устойчивого развития является постоянство данного состояния на протяжении всего цикла, вне зависимости от стадии, на которой находится система (подъём, кризис и т.д.). Важно то, что система должна сама искать пути нейтрализации влияния фактора на неё, если это влияние негативно.

Если говорить о методологии процесса формирования концепции устойчивого развития системы индустрии гостеприимства в рамках туристской дестинации, то согласно акад. Новикову А.М. [14], процесс осуществления деятельности можно рассматривать в рамках проекта, реализуемого в определённой временной последовательности по фазам, стадиям и этапам. Эта последовательность является общей для всех видов деятельности. Завершённость цикла деятельности (проекта) определяется тремя фазами, которые представлены на Рис. 2 для предприятия сферы индустрии гостеприимства, как части системы. Для всей системы порядок разработки будет аналогичным.

Однако следует учитывать такое свойство систем, как неаддитивность, согласно которому, свойство системы не равно сумме свойств её компонентов. Другими словами, если отдельные предприятия индустрии гостеприимства будут широко использовать в своей деятельности инновационные составляющие, это не значит, что вся отрасль индустрии гостеприимства автоматически будет представлять собой совершенную и оптимально организованную структуру с отлаженными механизмами взаимодействия. Следовательно, построение оптимальной устойчивой системы индустрии гостеприимства региона следует начинать с высшего уровня.

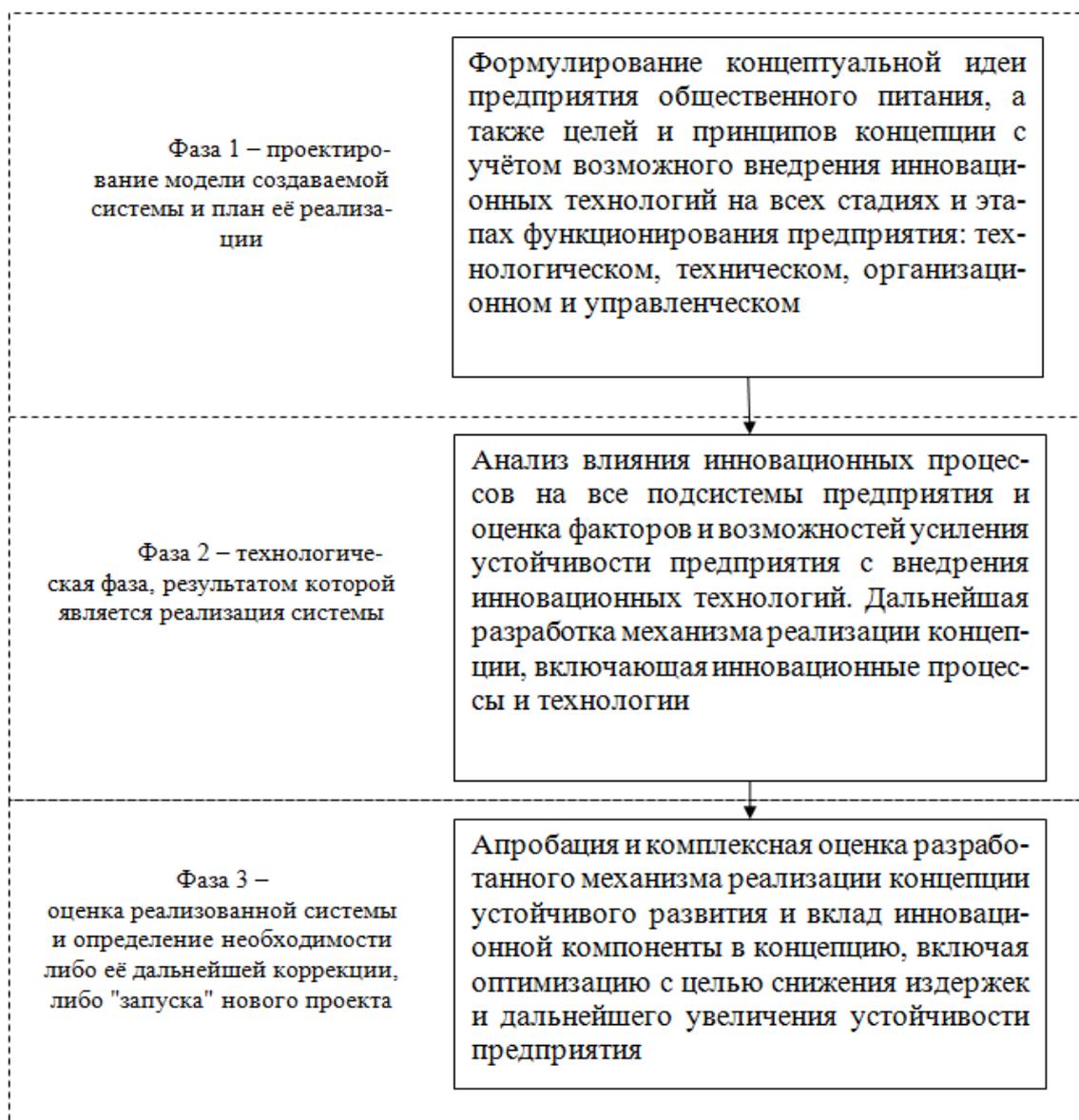


Рис. 2 – Этапы разработки концепции устойчивого развития предприятия индустрии гостеприимства

Из представленной схемы видно, что концепция устойчивого развития системы индустрии гостеприимства должна разрабатываться изначально с учётом возможного

внедрения инновационных процессов на всех направлениях функционирования данной системы: технологическом, техническом, организационном и управленческом. Следует также принять во внимание, что осуществление инновационных процессов ведёт, с одной стороны, к интенсификации хозяйственной деятельности предприятия гостеприимства, а с другой – к повышению затрат. Следовательно, для максимизации прибыли предприятия (что является основной целью его функционирования) [15] необходима разработка механизма формирования концепции устойчивого развития, включающего анализ затрат/прибыли от внедрения инноваций. Кроме того, методология целеполагания системы предполагает приоритет качества: доказано, что выживают те экономические, технические и социальные системы, которые отдают приоритет качеству на всех уровнях функционирования.

Таким образом, с учётом всего вышесказанного и принимая во внимание свойство систем, гласящее, что для успешного функционирования в первую очередь должны удовлетворяться интересы и выполняться цели системы более высокого (в нашем случае, национального) уровня, очевидно, что планирование и построение системы индустрии гостеприимства регионального уровня следует начинать с высшего (национального) уровня, поставив во главу приоритет национальных целей. Одной из национальных целей в настоящее время является усиление инновационного потенциала российской экономики. Учитывая высокий инновационный потенциал отрасли индустрии гостеприимства, данное направление развития является перспективным на национальном уровне.

Таким образом, методологические основы управления инновационными процессами в индустрии гостеприимства должны, на наш взгляд, опираться на следующие положения.

Сущность и направленность инновационных процессов, имеющих место в системе индустрии гостеприимства (технологических, технических, организационных, экологических, социальных и управленческих) определяются наличием трёх основных функций индустрии гостеприимства: производственной, торговой и сервисной.

Управление инновационными процессами должно осуществляться в рамках концепции устойчивого развития всей системы индустрии гостеприимства, элементами которой являются предприятия индустрии гостеприимства. Необходимо оценивать вклад каждого инновационного процесса в устойчивое развитие системы и оптимизировать процессы, добиваясь максимизации их вклада.

Устойчивый комплексный взгляд на управление дестинацией решает следующие задачи:

- удовлетворение потребностей туристов и экономических интересов индустрии туризма;
- защиту деловых интересов, наследия и окружающей среды местных жителей;
- снижение негативного воздействия на окружающую среду.

Опыт ясно показал, что стратегическое планирование и рациональное управление имеют решающее значение для достижения целей устойчивого развития. Необходимо комплексно думать не только о повседневных муниципальных заботах, связанных с туризмом, но и о культурных аспектах и аспектах наследия сообщества. Независимо от того, на каком уровне, у всех заинтересованных сторон есть общая цель – сохранить ресурсы, которые делают дестинацию уникальным и привлекательным местом для туристов. Управление устойчивым туризмом рассматривает дестинации как нечто большее, чем сумму их частей, и стремится создавать туристские дестинации, которые будут здоровыми и жизнеспособными в долгосрочной перспективе как для туристов, так и для жителей.

Для достижения максимальной степени устойчивости и эффективности системы индустрии туризма и гостеприимства, основой её целеполагания должен стать приоритет качества на всех уровнях.

Список использованных источников

1. Статистика туризма. Всемирная туристская организация (UNWTO) – официальный сайт. Текст: электронный. – URL: <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels>.
2. Рассохина Т.В. Управление устойчивым развитием туристских дестинаций: теория и методология: монография / Т.В. Рассохина. – Москва: Креативная экономика, 2018. – 238 с. – ISBN 978-5-91292-237-4. – Текст: электронный // Лань: электронно-

библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/115996> (дата обращения: 15.11.2022).

3. Рассохина Т.В., Лебедев А.В. Реализация принципов устойчивого развития в целях оптимизации системы конкурентоспособности туристских дестинаций // *Сервис в России и за рубежом*. – 2016. – Т. 10. – № 2(63). – С. 87-100.

4. Кулян К.К. Устойчивое развитие туристских дестинаций в горной и предгорной зоне Северного Кавказа: монография / К.К. Кулян, М.К. Кулян. – Москва: ИНФРА-М, 2018. – 143 с. – (Научная мысль; Туризм). – ISBN 978-5-16-006020-0. – Текст: электронный. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/960032> (дата обращения: 15.11.2022).

5. Новиков Владимир Геннадьевич, Савченко Екатерина Андреевна. Системный подход к разработке и реализации региональных туристических проектов // *Географическая среда и живые системы*. – 2020. – № 3. – URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/sistemnyy-podhod-k-razrabotke-i-realizatsii-regionalnyh-turisticheskikh-proektov> (дата обращения: 16.11.2022).

6. Авраменко Ю.С. Условия и факторы, влияющие на целевые установки инновационного развития региона // *Фундаментальные исследования*. – 2014. – № 6-2. – С. 288-292. – <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=34151> (дата обращения: 19.11.2022).

7. Соловьева С.В. Инновации в целях устойчивого развития для России. Научные исследования экономического факультета. Электронный журнал. 2018; 10(4):50-64. – <https://doi.org/10.38050/2078-3809-2018-10-4-50-64>.

8. Любарская М.А., Ипатова Д.А. Корпоративная экологическая ответственность как фактор устойчивого развития предприятия в условиях глобализации // В сборнике: *Экономика и управление предприятиями, отраслями, комплексами на современном этапе глобализации. Сборник научных трудов VI Международной научно-практической конференции*. Тверь, 2021. – С. 37-41.

9. ООН (официальный сайт). Цели в области устойчивого развития. – <https://www.un.org/sustainabledevelopment/ru/infrastructure-industrialization/>.

10. Гареев Р.Р. Инновационный потенциал российского гостиничного бизнеса // Р.Р. Гареев. – Текст: непосредственный // *Молодой учёный*. – 2017. – № 2(136). – С. 382-384. – URL: <https://moluch.ru/archive/136/38281/> (дата обращения: 10.11.2022).

11. Макринова Е.И., Авилова Н.А., Ушаков Р.Н. Роль и место инновационных технологий в развитии ресурсного потенциала гостиничного предприятия // *Фундаментальные исследования*. – 2016. – № 4-3. – С. 624-628. – URL: <https://fundamental-research.ru/ru/article/view?id=40227> (дата обращения: 10.11.2022).

12. Астафьева О.А. Особенности менеджеров-инноваторов в индустрии гостеприимства // *Креативная экономика*. – 2016. – Т. 10. – № 10. – С. 1169-1176.

13. Духовная Л.Л. (2020). Сравнительный анализ использования концепции eco-friendly в российской и зарубежной практике гостиничного бизнеса // *Сервис в России и за рубежом*, 14(2/89), 51-62. – <https://doi.org/10.24411/1995-042X-2020-10205>.

14. Новиков А.М., Новиков Д.А. *Методология*. – М.: URSS, 2014. – С. 113-150.

15. Любарская М.А., Николаев В.В., Ткаченко А.А. Система стратегического управления предприятием // В сборнике: *Фундаментальные и прикладные исследования в области управления, экономики и торговли. Сборник трудов научной и учебно-практической конференции: в 3 частях*, 2017. – С. 128-138.