

УДК 338.46

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИЙ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ

Анесянц С.А.,
доктор экон. наук,
профессор

Южный университет «Институт управления
бизнеса и права», г. Ростов-на-Дону,
e-mail: anesyanc@gmail.com

FORMATION OF THE SERVICE SECTOR DEVELOPMENT STRATEGY

Anesyants S.A.,
Doctor of Economics,
professor

Southern University «Institute of management
business and law», Rostov-on-Don,
e-mail: anesyanc@gmail.com

Реферат

Цель. Рассмотреть особенности формирования стратегий развития сферы услуг в условиях повышения эффективности и результативности сервисизации экономики страны.

Методика. В процессе исследования использованы: методы теоретического обобщения и сравнения, абстрактно-логический анализ, структурно-логический анализ.

Результаты. В статье автором определена роль формирования сферы услуг в ускорении темпов сервисизации экономики страны; систематизированы тенденции, выявленные в сфере услуг в 21 веке на основе научных публикаций и мнений ученых, изучающих тенденции формирования стратегий развития сферы услуг; определены перспективы развития сферы услуг в российской экономике с учетом прогноза развития рынка услуг.

Научная новизна. Определено, что ведущим подходом при формировании стратегий развития сферы услуг является институциональный подход, который рассматривает разработку стратегий развития сферы услуг в федеральном государстве как долгосрочную программу перехода к инновационному социально - ориентированному типу экономического развития, который обеспечивает снижение межрегиональной дифференциации по уровню и качеству жизни населения, создание равных возможностей для граждан и содействие развитию человеческого потенциала.

Практическая значимость. Применение эффективных подходов к формированию стратегий развития сферы услуг позволит ускорить процесс внедрения стратегий развития сферы услуг и получить желаемые результаты, а

именно: развитие рыночной инфраструктуры, социальной ориентации экономики, повышение качества жизни общества.

Ключевые слова: *стратегия развития, сфера услуг, сервисизация экономики, информационные технологии, маркетинговый подход, инновационное развитие, социальная ориентация, экономическое развитие.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными или практическими задачами. Одной из особенностей современной российской экономики, соответствующей мировым стандартам и общемировым тенденциям развития, является интенсивное развитие сферы услуг, оказывающей все большее влияние на условия жизни населения. Это влияние проявляется в самых различных областях жизнедеятельности человека и общества, от экономической до социальной сферы, и затрагивает все составляющие, формирующие качество жизни населения [1].

Со сферой услуг в современном экономическом пространстве связаны практически все виды деятельности, причем услуги оказывают не только традиционно сервисные, но и промышленные предприятия, осуществляющие гарантийное и постгарантийное обслуживание производимого продукта, транспортные услуги, информационную поддержку [2]. Формирование стратегий развития сферы услуг играет важную роль с повышением эффективности и результативности сервисизации экономики любой страны.

Сервисизация экономики - это широкое понятие, характеризующее два взаимосвязанных процесса: во-первых, возрастание удельного веса услуг в макроэкономических показателях - валовом внутреннем продукте, численности занятого населения, количестве хозяйствующих субъектов, капитале, инвестициях и расходах семьи; во-вторых, проникновение или «встраивание» деятельности по оказанию услуг в процесс материального производства. Развитие системы услуг формируется в рамках сервисной экономики. Услуги являются фундаментом сервисной экономики, способствуют развитию рыночной инфраструктуры, социальной ориентации экономики, повышению качества жизни общества, его гармонизации.

Анализ последних исследований и публикаций. Авторы Г.В. Гиоев, Л.А. Подолянец [1] в научных публикациях показывают результаты изучения сферы услуг и современные тенденции ее развития. Ученые М.Д. Предводителява, О.Н. Балаева [2] в научных публикация на тему «Маркетинг услуг» рассматривают сферу услуг и ее особенности формирования.

Требуется более тщательного изучения перспективы и тенденции развития сферы услуг, определение нишевых рынков услуг, особенности развития российского рынка услуг с целью формирования эффективных стратегий развития сферы услуг.

Формирование целей статьи. Главная цель статьи в разрезе научного исследования заключается в определении особенностей формирования стратегий развития сферы услуг в условиях повышения эффективности и результативности сервисизации экономики страны.

Изложение основного материала исследований. Сектор услуг, также известный как третичный сектор, является третьим звеном в экономике трех секторов. Первый сектор экономики, первичный сектор, охватывает сельскохозяйственную, горнодобывающую и сельскохозяйственную предпринимательскую деятельность в экономике. Вторичный сектор охватывает производство и предпринимательскую деятельность, способствующую производству материальных благ из сырья, производимого первичным сектором. Сектор услуг, хотя и относится к третьему экономическому сектору, отвечает за большую часть деловой активности в мировой экономике.

Технологии, в частности системы информационных технологий, формируют то, как работают предприятия сферы услуг. Предприятия в этом секторе быстро сосредотачивают все больше внимания на том, что становится известным как экономика знаний, или способность превзойти конкурентов, понимая, чего хотят и в чем нуждаются целевые клиенты, и действовать таким образом, чтобы быстро удовлетворить эти потребности и потребности с минимальными затратами. Почти во всех отраслях этого сектора предприятия внедряют новые технологии для ускорения производства, повышения скорости и эффективности, а также сокращения числа сотрудников, необходимых для работы. Это сокращает расходы и улучшает поступающие потоки доходов.

Среди стран, уделяющих большое внимание сектору услуг, первое место занимают Соединенные Штаты, Великобритания, Австралия и Китай. В Соединенных Штатах Институт управления поставками (ISM) составляет ежемесячный индекс, который детализирует общее состояние деловой активности в секторе услуг. Этот индекс рассматривается как показатель общего экономического здоровья страны, поскольку примерно две трети экономической активности США приходится на сектор услуг.

В начале XXI века в области маркетинга возникли особые проблемы, связанные с резкими изменениями деловой среды и интенсивной конкуренцией, что вынудило маркетологов изменить способ ведения бизнеса. Маркетинг меняется, и это очевидно. Фокус маркетинга расширился от классического продукта, цены и места, продвижения, чтобы включить управление доходностью, опыт работы с клиентами и настройку, которая требует от маркетолога сосредоточиться на таких вопросах, как процессы, люди и понимание потребителей. Рост потребительского спроса, развитие технологий, усиление конкуренции, рост потребительского интереса - все это стало основными причинами, приведшими к стратегическим изменениям в маркетинге.

Сектор услуг в постиндустриальных экономиках переживает беспрецедентные изменения. Маркетинг услуг в 21 веке - это все о достижении рентабельности инвестиций (ROI) и отношений (ROR), удержании клиента и увеличении его пожизненной ценности. Меняющаяся роль маркетинга в сфере услуг требует эффективного и действенного управления клиентами, каналами сбыта, рынками сбыта и прибылью, чтобы избежать коммодитизации и низкой маржи. Тремя основными тенденциями, которые привели к изменению роли маркетинга услуг, являются: возрастающее значение технологического

посредничества; изменение потребительской и профессиональной роли; и снижение значимости реляционных факторов в принятии потребительских решений. Эти тенденции ставят перед маркетологами услуг фундаментальные задачи по разработке бизнес-стратегий, интегрирующих такие динамичные изменения в бизнес-среде [3].

Систематизируем тенденции, выявленные в сфере услуг в 21 веке на основе научных публикаций и мнений ученых, изучающих тенденции формирования стратегий развития сферы услуг:

1. Персонализация: новые маркетологи услуг разрабатывают маркетинговые стратегии, которые способствуют вовлечению человека в предоставление услуги, чтобы построить фактор взаимоотношений. Однако с ростом использования технологий человеческий фактор приобретает все меньшее значение. Маркетологи продвигают использование интернет-транзакций, таких как онлайн-банкинг, онлайн-регистрация, что снижает вовлеченность людей и способствует стандартизации процесса предоставления услуг.

2. Понимание ожиданий потребителей: с увеличением использования исследований потребительского поведения маркетологи могут измерять ожидания потребителей и пытаться разрабатывать услуги, которые будут соответствовать воспринимаемой потребителем ценности. Кроме того, с увеличением использования базы данных потребителей с такими инструментами, как кредитные карты, карты лояльности. Маркетологи успешно анализируют покупательское поведение потребителей и разрабатывают целевые кампании, основанные на поведенческом исследовании.

3. Доверие: маркетологи делают акцент на позиционировании себя как организации, которые эффективно выполняют обещания бренда, сосредоточившись на создании эмоционального продающего предложения, а не уникального продающего предложения. Компании используют комбинацию методов «выше линии» и «ниже линии». Было замечено, что современные люди отдают предпочтение брендингу и связям с общественностью, а не платной рекламе.

4. Упрощение: тенденции к снижению потребительской сложности и расширению знаний потребителей. Новые киберканалы используются в качестве информационных носителей для предоставления потребителю быстрой и удобной информации и доступа к поставщику услуг. Большинство маркетологов разрабатывают маркетинговые инструменты, такие как веб-сайт, очень интерактивный и привлекательный, который позволяет потребителю потреблять услуги простым и удобным способом.

5. Интернационализация: тенденция к доминированию глобальных сервисных брендов, работающих в сфере услуг. Это происходит главным образом потому, что гигантские компании могут инвестировать в развитие технологий для удовлетворения растущих потребностей клиентов. Они могут использовать передовые CRM-инструменты, которые могут помочь маркетингу и продвижению своих брендов потребителям.

6. Связывание: тенденция к агрегированию физического товара или другой услуги с базовым предложением услуг. Эта стратегия обычно

используется для разработки вещественных доказательств. Кроме того, это помогает в снижении влияния фундаментальной характеристики нематериальности на маркетинг услуг потребителя.

7. Нормирование: маркетологи прилагают значительные усилия для максимизации объема производства в сфере предоставления услуг, чтобы решить проблему высокой отдачи от инвестиций. Перед маркетологами стоит задача представить влияние маркетинговой стратегии на прибыль (PIMS). Маркетинговая функция стала более аналитической в отличие от разработки креативной стратегии.

8. Виртуальный опыт: маркетологи обычно используют технологические инструменты, такие как виртуальная реальность, при предоставлении услуг или в качестве замены услуг. Маркетологи также разрабатывают такие платформы, как фан-клубы; форумы, чтобы поделиться своим опытом и развить доверие к предлагаемым услугам.

9. Рыночные пространства: новый киберрынок смог успешно привлечь все большее число пользователей услуг для компаний. В настоящее время это самый сильный канал распространения, используемый поставщиками услуг. Например, гостиницы, широкополосные услуги, авиационная промышленность.

10. Многомерная конкуренция: маркетологи пытаются выглядеть как нетрадиционные поставщики услуг, чтобы размыть различия между рынками. Маркетологи адаптируют нишевый и сфокусированный маркетинговый подход, чтобы позиционировать свою услугу как индивидуальный пакет для целевого рынка.

Все вышеперечисленные тенденции заставляют маркетологов приспособливаться к этим изменениям, настраивать свои стратегии в соответствии с потребностями рынка. Таким образом, маркетологи постоянно проявляют интерес к пониманию меняющейся маркетинговой среды и меняющегося потребительского поведения, которые являются основой формирования стратегий развития сферы услуг.

В современной экономике России и развитых стран мира сервисный сектор приобретает все большее значение. Несмотря на активно ведущуюся в экспертном сообществе дискуссию о необходимости новой индустриализации, по нашему мнению, долгосрочный вектор развития экономики связан с ее «сервисизацией». При этом развитие сферы услуг происходит неравномерно под влиянием совокупности конъюнктурных и фундаментальных факторов. Анализируя влияние циклических факторов развития макроэкономической системы в целом, можно отметить, что изменение различных показателей экономической активности оказывает на сферу услуг разнонаправленное и разностороннее воздействие.

Российская сфера услуг, долгое время не относившаяся к приоритетным отраслям народного хозяйства, претерпела за последние годы кардинальные изменения. Общемировые социально-экономические тенденции и процессы реформирования отечественной экономики, безусловно, способствовали не

только достижению российской сервисной сферой высоких темпов роста, но и созданию очевидных предпосылок ее дальнейшего развития. Темпы роста российской экономики в ближайшие семь лет не будут удивительно высокими, однако ситуация будет постепенно улучшаться. В подготовленном Российской академией наук (РАН) докладе «Структурно-инвестиционная политика в целях обеспечения экономического роста России» утверждается, что среднегодовые темпы роста российской экономики в ближайшие три года составят 3,3% и превысят среднемировые. А в 2021-2025 годах темпы роста будут опережающими - почти 5% в год.

На экспорт рассчитывают и в сфере услуг - образовательных и туристических. По заявлению министра образования России Ольги Васильевой, число студентов из-за рубежа в российских вузах до 2025 года должно увеличиться до семисот двадцати тысяч. Туристический поток в Россию из зарубежных стран планируется увеличить на 71% [4].

Ведущим подходом при формировании стратегий развития сферы услуг является институциональный подход, который рассматривает разработку стратегий развития сферы услуг в федеральном государстве как долгосрочную программу перехода к инновационному социально - ориентированному типу экономического развития, который обеспечивает снижение межрегиональной дифференциации по уровню и качеству жизни населения, создание равных возможностей для граждан и содействие развитию человеческого потенциала [5]. Формирование институциональных стратегий в сфере услуг - это стратегия управления формированием и развитием социально-экономических институтов в сфере услуг, которая включает в себя также механизмы реализации стратегии.

Следует отметить, что сфера услуг способствует выполнению такой важной социальной функции государства, основываясь на институциональном подходе, как обеспечение трудоустройства населения, повышение уровня занятости значительной части населения и выполнение услуг, не требующих предварительного лицензирования деятельности или наличия у работника высшего образования в качестве обязательного условия [1].

На рынке услуг по мере насыщения и увеличения разнообразия потребительского спроса следует отметить, что ожидания потребителей полностью удовлетворяются. Причем исходя из фазы развития российской экономики, мы полагаем, что этот фактор должен рассматриваться, прежде всего, как краткосрочный. Важное отличие рынков услуг от товарных рынков состоит в том, что услуги всегда уникальны и персонализированы, что порождает непостоянство их качества.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. В результате научного исследования определена роль формирования сферы услуг в ускорении темпов сервисизации экономики страны; систематизированы тенденции, выявленные в сфере услуг в 21 веке на основе научных публикаций и мнений ученых, изучающих тенденции формирования стратегий развития

сферы услуг; определены перспективы развития сферы услуг в российской экономике с учетом прогноза развития рынка услуг.

Определено, что ведущим подходом при формировании стратегий развития сферы услуг является институциональный подход, который рассматривает разработку стратегий развития сферы услуг в федеральном государстве как долгосрочную программу перехода к инновационному социально - ориентированному типу экономического развития, который обеспечивает снижение межрегиональной дифференциации по уровню и качеству жизни населения, создание равных возможностей для граждан и содействие развитию человеческого потенциала.

Применение эффективных подходов к формированию стратегий развития сферы услуг позволит ускорить процесс внедрения стратегий развития сферы услуг и получить желаемые результаты, а именно: развитие рыночной инфраструктуры, социальной ориентации экономики, повышение качества жизни общества.

Перспективами дальнейших научных исследований станут оценка результатов сервисизации экономик зарубежных стран и изучение опыта зарубежных стран в повышении качества в сфере услуг в зарубежных странах.

Список литературы

1. Гиоев Г.В. Сфера услуг и современные тенденции ее развития / Г.В. Гиоев, Л.А. Подолянец // Теория и технологии сферы услуг. Теория и практика сервиса: экономика, социальная сфера, технологии. СПбГУСЭ. - 2013. - С. 221-228.
2. Предводителя М.Д. Основные тенденции развития российской сферы услуг / М.Д. Предводителя, О.Н. Балаева // Маркетинг услуг. М: №04(16). - 2008. - С.2448-256.
3. 10 Trends identified in the Service Sector in 21st Century [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://www.mbaknol.com/services-marketing/10-trends-identified-in-the-service-sector-in-21st-century/>
4. Россия-2025 в планах и прогнозах [Электронный ресурс]. Режим доступа: <https://zen.yandex.ru/media/id/5bb49a2613212000aa1da96c/rossiia2025-v-planah-i-prognozah-5bc449f9c947d000aa528336>
5. Irina V. Terentyeva, Irina V. Mukhomorova, Olga N. Perezhogina Development Strategy of Service Sector in Conditions of Federal States Entities Autonomy Increasing // International Review of Management and Marketing, 2016, 6(S2) 1-5.

ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ СТРАТЕГИИ ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ ПЕРВИЧНЫХ И АГРЕГИРОВАННЫХ ЗВЕНЬЕВ СФЕРЫ УСЛУГ

Азарян А.А.,
канд. экон. наук, доц.

ГО ВПО «Донецкий национальный университет
экономики и торговли имени Михаила Туган-
Барановского», г. Донецк, ДНР,
e-mail: scorpion2019dn@gmail.com

PROSPECTS FOR IMPLEMENTING THE STRATEGY FOR ECONOMIC DEVELOPMENT OF PRIMARY AND AGGREGATED SERVICES

Azaryan A.A.,
Cand. Sc. (Econ.), Assoc.
Prof.

SO HPE «Donetsk National University of
Economics and Trade named after Mikhail
Tugan-Baranovsky», Donetsk, DPR,
e-mail: scorpion2019dn@gmail.com

Реферат

Цель. Целью статьи является изучение сущности стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг, особенностей ее формирования в Донецкой Народной Республике, определение перспектив внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг.

Методика. В процессе исследования для решения поставленных задач использовались методы анализа и синтеза, системный и комплексный анализ; метод сравнения, группировок, выборочных обследований.

Результаты. Представлены результаты SWOT-анализа рынка услуг Донецкой Народной Республики, определены условия нестабильной внешней среды в сфере услуг, определены особенности формирования стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг.

Научная новизна. Разработаны перспективы внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг.

Практическая значимость. Практическое значение в повышении уровня конкурентоспособности сферы услуг, на основе полученных результатов исследования, будут иметь разработанные и сформулированные перспективные направления внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг в ДНР.

Ключевые слова: *сфера услуг, стратегия экономического развития, первичные и агрегированные звенья сферы услуг, нестабильная рыночная среда, конкурентоспособность сферы услуг.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Технологический прогресс, социально-демографические изменения, рост благосостояния населения, обострение конкуренции в совокупности создают предпосылки для развития сферы услуг и определяют перспективы ее развития. Управление экономическими системами сферы услуг в системе государственного управления в условиях социально-экономических преобразований будет иметь эффективность при проведении институциональных преобразований в сфере экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг, которые будут оказывать влияние на стабилизацию и повышение результативности общественного производства, непроизводственной сферы, способствовать повышению качества сферы услуг и уровня благосостояния населения. Таким образом, формирование стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды должно стать приоритетным вектором деятельности государственных органов.

Научная значимость выделенных задач и необходимость проведения дополнительных научных исследований по формированию стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды на основе формирования и внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг как основного стратегического подхода управления в сфере услуг в целом стали основой для выбора темы исследования, определили его цель и логическое построение.

Анализ последних исследований и публикаций. Согласно классической концепции стратегического управления, основы которой заложены И. Ансоффом и развиты в работах Дж. Аакера, Д. Дэй, Г. Минцберга, К. Омае, М. Портера, А. Томпсона и А.Д. Стрикленда, Б. Хендерсона, В.С. Ефремова, О.С. Виханского, С.А. Попова и др., интеграционные и дезинтеграционные процессы структурных преобразований являются одним из путей реализации стратегий роста. Однако детально вопросы управления структурными преобразованиями в рамках данного направления не исследуются.

Много внимания уделяется рассмотрению механизмов реализации процессов структурных преобразований, вопросам стратегии, планирования, организации и тактики их проведения, в том числе и рассмотрению вопросов формирования и внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сфер деятельности такими авторами, как: В.Б. Акулов, С.Б. Авдашева, М.Д. Аистова, С. Анесянц, И.Г. Владимирова, Дж. Вестон, Г. Губерная, В. Дорофиенко, П.Ф. Друкер, Б.Ф. Зайцев, И.И. Мазур, А.Е. Молотников, Н.Б. Рудык, Н.Г. Агурбаш, А.Т. Зуб, В.А. Голубев, С. Гейтс, А. Маури, А. Половян, В. Припотень, Д. Тихомиров, В.А. Цветков, М. Харрисон, Д. Форд, Ю.В. Якутин.

Однако недостаточно исследованы аспекты подготовки и проведения институциональных реформ, теоретико-организационно-методологического обеспечения управления в сфере услуг. Научная значимость выделенных задач

и необходимость проведения дополнительных научных исследований формирования стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды в целом стали основой для выбора темы исследования, определили его цель и логическое построение.

Постановка задачи. Целью статьи является разработка теоретико-методологических основ и методических подходов по формированию направлений и перспектив внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг и ее адаптации к условиям конкурентной рыночной среды и нестабильной внешней рыночной среды.

Изложение основного материала исследования. Сфера услуг в условиях нестабильной внешней среды трансформируется в новый формат под влиянием социально-экономических и политических факторов:

- усиливается дифференцированность потребительских предпочтений и финансовых возможностей;
- изменяется образ жизни людей, культурные особенности, предпочтительные продукты и услуги в различных регионах, городах и странах;
- изменение основных сегментов в условиях гиперфрагментации потребителей;
- широкомасштабное внедрение интернет и цифровых технологий;
- использование в торговых сетях разнообразных условий доставки, например, таких как доставка с использованием краудсорсинга;
- повсеместное использование электронной и интернет-торговли.

В сфере услуг происходит трансформация традиционной модели бизнеса, требуется изменения в онлайн-торговле и стандартных магазинных форматах, чтобы лучше обслуживать более требовательных покупателей [1]. SWOT-анализ рынка услуг Донецкой Народной Республики (ДНР) позволил разработать направления его развития в виде определенных стратегических позиций (табл. 1).

Таблица 1 – SWOT-анализ рынка услуг ДНР

Направление развития /стратегия	Характеристика направления развития
SO – рост возможностей по оказанию услуг	Развитие рынка услуг ДНР по всем видам услуг с акцентом на: экспорт услуг; кадровую политику; номенклатуру видов услуг; использование современных инновационных технологий.
WO – нивелирование слабых сторон за счет существующих возможностей	Совершенствование существующих возможностей и подходов к оказанию услуг в разрезе каждого рыночного сегмента, рост объема оказанных услуг, расширение видов услуг, импортозамещение некоторых видов услуг.
ST – ориентация на развитие сильных сторон путем нейтрализации существующих угроз	Финансовая поддержка руководства Республики некоторых сегментов рынка услуг, частичное финансирование социально значимых видов услуг.
WT – нейтрализация слабых сторон и угроз	Использование современных ИТ-технологий для продвижения различных видов услуг, налоговые каникулы для различных сегментов рынка услуг ДНР.

Реализация результатов проведенного SWOT-анализа представляется возможной путем рассмотрения рынка услуг в тесной взаимосвязи с типовыми рыночными стратегиями развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг.

На рынке услуг реализуются различного рода базовые стратегии, которые в совокупности образуют определенный конгломерат, позволяющий сформировать единую оптимальную стратегию развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг и определить перспективы внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг.

К базовым относятся стратегии концентрированного роста (SF), интегрированного роста (SI), дифференцированного роста (SD), сокращения (SR) [2].

Однако данные стратегии не всегда учитывают современные инновационные подходы к развитию рынка услуг, не отражают его особенности, которые, в первую очередь, проявляются в максимально быстрой реакции на потребности общества, что требует использования современных средств массовой информации, основанной на развитии современных средств цифровизации бизнеса. Сегодня цифровые технологии проникли во все спектры сферы услуг, поэтому не отдельно взятая стратегия, а каждый ее вид базируется на современных цифровых технологиях.

Кроме того, в настоящее время вести речь о стратегиях, ориентированных только на рост, не всегда правильно. В целях развития предпринимательской структуры сферы услуг рост и получение максимальной прибыли являются приоритетным направлением, но внешние факторы не всегда оказывают положительное влияние на деятельность субъекта предпринимательства.

В нестабильной рыночной среде руководству предпринимательских структур необходимо максимально быстро реагировать на изменения и применять все современные инструменты, накопленный опыт и знания для переориентации выбранной стратегии развития и приумножения, то есть проявлять способность пролиферации, что означает размножение, максимальное увеличение разнообразия взаимно исключающих гипотез и теорий как необходимое условие успешного развития науки [3].

Факторами инновационной активности предпринимательских структур сферы услуг являются [4]:

- факторы внешней среды предпринимательских структур, такие как уровень конкурентного давления, институциональная среда и государственная политика;
- факторы внутренней среды предпринимательских структур, например, наличие у предприятия финансовых, технологических, организационных ресурсов, а также размер предприятия, отраслевая принадлежность и структура собственности.

Следует отметить, что первичным звеньям сферы услуг соответствует четко определённая рыночная ниша при выбранном узкоспециализированном наборе ассортимента услуг и одной стратегии развития. Агрегированные звенья

рынка услуг в целом и его отдельных сегментов выбирают разноплановые рыночные ниши, оказывают широкий спектр услуг и выбирают для своего развития не узко ориентированные, а мультистратегии, которые формируются на основе обобщения передового опыта существующих стратегий развития.

При формировании и внедрении стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг следует отметить, что в целом рынок услуг ДНР ориентирован на стратегию цифровой мультипролиферации, что вполне логично и позволяет ему адаптировать в себе все новейшие технологии и развить перспективные ниши. На развитие рынка услуг ДНР оказывают влияние его сегменты. Так, первичные звенья в большей степени ориентированы на стратегию цифровой минипролиферации, а агрегированные – максипролиферации.

Развитие конкурентных рынков услуг, первичных и агрегированных звеньев сферы услуг возможно за счет:

- стимулирования корпоративной социальной ответственности, участия неправительственных организаций в области развития и реализация социальной политики;
- разработки системы стандартизации качества услуг;
- доступности образовательных и медицинских услуг для населения;
- повышения качества, необходимого уровня жизни и благосостояния, доступа к культурным ценностям и экологической безопасности [5].

Следует выделить перспективы внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг в ДНР, сформированные в результате научного исследования, которые направлены на реализацию основных этапов стратегии экономического развития:

- переход минимальной заработной платы на уровень прожиточного минимума;
- внедрение новых платежных систем для работников государственных (бюджетных) учреждений, ориентированных на повышение эффективности и качества предоставляемых услуг;
- структурно-технологическая модернизация здравоохранения;
- образования и других социальных секторов, обеспечивающих доступ к качественным услугам социального обслуживания населения;
- формирование стратегии повышения уровня конкурентоспособности сферы услуг на международном рынке;
- обеспечение равных условий доступности негосударственных организаций, оказывающих качественные образовательные услуги;
- преодоление сохраняющихся дисбалансов, вызванных различными факторами;
- создание конкурентного рынка для оказания услуг безработным гражданам и гражданам, испытывающим трудности в поиске работы;
- повышение эффективности политико-правовых институтов, обеспечивающих социальное развитие общества;

- разработка механизмов взаимодействия между государством и государством, государственно-частного партнерства в сфере услуг;
- повышение качества и доступности государственных и муниципальных услуг, а также услуг, предоставляемых органами исполнительной власти.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Главным результатом данного научного исследования являются четко выделенные направления стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг в ДНР, которые должны быть сфокусированы на: обеспечение установленного законом минимального уровня жизни для всех граждан; эффективную поддержку всего населения; снижение уровня межрегиональной дифференциации в регионе; повышение уровня благосостояния населения за счет качественного удовлетворения их потребностей в сфере услуг; обеспечение сбалансированного социально-экономического развития ДНР; гармонизацию бюджета, денежно-кредитной, финансовой, налоговой политик.

Практическое значение в повышении уровня конкурентоспособности сферы услуг, на основе полученных результатов исследования, будут иметь разработанные и сформулированные перспективные направления внедрения стратегии экономического развития первичных и агрегированных звеньев сферы услуг в ДНР.

Формирование стратегии развития сферы услуг в условиях нестабильной внешней среды должны быть направлены на решение комплекса взаимосогласованных задач:

- формирование благоприятных условий для предпринимательской деятельности в секторе услуг;
- создание экономической и правовой среды;
- совершенствование действия механизма местного самоуправления;
- дальнейшее развитие коммерческой системы информационного обеспечения предпринимательской деятельности;
- применение механизма партнерства для стимулирования развития перспективных видов деятельности в сфере услуг;
- осуществление мероприятий в области инвестиционной политики и содействия инновационному инвестированию предприятий;
- поддержку в перспективе на соответствующей научной основе развития сетевых и кластерных структур непосредственно сервисного характера.

Список литературы

1. Развитие сферы услуг: стратегии, инновации, компетенции: Материалы Всероссийской научно-практической конф., Н. Новгород, 26 марта 2019 г. - Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2019. - 636 с. - С.145-147.

2. Принципы оптимальной ассортиментной политики [Электронный ресурс]. Официальный сайт. Режим доступа открытый: http://www.elitarium.ru/principy_assortimentnoj_politiki/

3. Философия науки - пролиферация [Электронный ресурс]. Официальный сайт. Режим доступа открытый: <http://www.Вокабула.рф/Справочники/философия-науки/пролиферация>

4. Фатьянова И. Р. Разработка комплексного подхода к совершенствованию национальной инновационной системы России: дис. ... канд. экон. наук: 08.00.05 / Фатьянова Ирина Рудольфовна. - Москва, 2011. - 208 с.

5. Irina V. Terentyeva, Irina V. Mukhomorova, Olga N. Perezhogina Development Strategy of Service Sector in Conditions of Federal // States Entities Autonomy Increasing International Review of Management and Marketing | Vol 6 - Special Issue (S2), 2016, 6(S2) 1-5.

УДК 339.138:796

МАРКЕТИНГ ТУРОВ ВЫХОДНОГО ДНЯ КАК ПРЕДПОСЫЛКА РАЗВИТИЯ СПОРТИВНОГО ТУРИЗМА

Ибрагимхалилова Т.В.

ГОУ ВПО «Донецкий национальный
университет, г. Донецк, ДНР,
e-mail: itv2106@mail.ru

MARKETING OF WEEKEND TOURS AS A PRECONDITION FOR THE DEVELOPMENT OF SPORT TOURISM

Ibrahimhalilova T.V.

SOU HPE «Donetsk national
university», Donetsk, DPR,
e-mail: itv2106@mail.ru

Реферат

Цель. Исследование особенностей маркетинга популярных туров выходного дня в Донецкой Народной Республике.

Методика. В ходе исследования нашли свое применение следующие методы: наблюдения, анализа и синтеза - для изучения туров выходного дня в Донецкой Народной Республике; абстрактно-логического анализа и моделирования - для моделирования стоимости исследуемых туров выходного дня.

Результаты. Исследованы популярные туры выходного дня в Донецкой Народной Республике (с. Водяное, пос. Родниковое и Ландшафтный парк «Зуевский»)

Научная новизна. Получило дальнейшее развитие моделирование туров выходного дня в Донецкой Народной Республике с учетом имеющихся альтернатив по статьям расходов.

Практическая значимость. Полученные результаты направлены на развитие спортивного туризма и элементов спортивного маркетинга.

Ключевые слова: *тур выходного дня, маркетинговые стратегии, спортивный маркетинг, элементы маркетинга в спорте, стратегии развития спорта.*

Постановка проблемы и ее связь с важными научными и практическими задачами. Спортивный туризм - вид спорта, который культивируется в странах ближнего зарубежья и используется в качестве разнопланового воспитательного средства, которое развивает духовные, интеллектуальные качества, формирует позитивные черты характера (ответственность, мужество, настойчивость), физическую силу, выносливость, удовлетворяет интересы детей в изучении родного края, его достопримечательностей истории и культуры, формирует национальное сознание, самоутверждение, сочетает отдых со спортом, способствует воспитанию у детей лучших человеческих качеств.

Разнообразие циклов туристических занятий: познавательных (ознакомление с культурно-историческими, этнографическими, природными ценностями территории), развлекательных (рыбная ловля, охота, сбор грибов, ягод, лекарственных трав, катание на лодках), оздоровительных (купание в водоемах, занятие физическим трудом), смена впечатлений и почти постоянный контакт с природой в сочетании с приемлемыми финансовыми расходами - все это делает привлекательным туры выходного дня, превращая их в один из эффективнейших видов оздоровительной и рекреационной деятельности.

Анализ последних исследований и публикаций. Среди ученых, посвятивших работы отдельным проблемам спортивного туризма в целом, следует выделить Ветрова С.В. [1], Даянову М.А. [2], Казначееву С.Н. [3], Печерицу Е.В. [9]. В свою очередь, особенности маркетинга и организации туров выходного дня были рассмотрены в работах Корабейникова И.Н. [4], Кравчук Т.А. [5], Кузнецовой Н.С. [6], Мездрикова Ю.В. [7], Можелева Е.А. [8], Пономаревой И.Ю. [10]. Нельзя не отметить, что некоторые результаты исследований (например, публикации [6; 7; 10]) представляют особую актуальность только для отдельных регионов Российской Федерации, которые не могут быть сопоставимы с реалиями Донецкой Народной Республики.

Изложение основного материала исследования. В качестве объекта исследования выбраны выходные туры в с. Водяное, пос. Родниковое и Ландшафтный парк «Зуевский»

Расположено с. Водяное в 5 км от г. Шахтерск в сторону с. Большая Шишовка и находится в 59 км от г. Донецка. В с. Водяное расположен чистейший пруд, который наполняют родниковые источники. Пруд находится в балке Водяное, и его окружают холмы, состоящие из природного камня. Ландшафт повторяет ландшафт природного ландшафтного парка Донецкий кряж, хотя, находится намного ближе его территориальной границы. В изломах холмов видны слои природного камня. Кроме того, можно видеть байрачные леса на спуске к пруду.

Территория пруда частично обустроена арендаторами - есть и навесы, и места для сбора мусора, и железные домики на берегу. Это место является излюбленным местом дачников (дома расположены на правых холмах) и горожан, которые часто выезжают сюда на выходные и праздники. Преимуществом этого места отдыха является красивая природа, отсутствие рядом промышленных предприятий и чистая вода, которая пригодна для купания. Это место отдыха доступно для тех, у кого есть личный транспорт, а также для небольших организованных групп.

Рейсового подвоза пассажиров не предусмотрено. Дорога из частично асфальтированной до склона переходит в грунтовую и резко спускается вниз. Дорога состоит из природного камня, и из-за этого недоступна для машин с низкой посадкой.

Пешим ходом нужно спускаться вниз к водоему примерно 3 км. Уклон при этом порядка 75° . Поэтому, это красивое место доступно только определенному кругу туристов. Однако, при проведении целенаправленных экскурсий с заездом на братскую могилу в с. Большая Шишовка, тур будет нести культурно-историческую и рекреационную направленность, как в летний период, так и в весенне-осенний сухой период. В байрачных лесах произрастают грибы и ягоды, здесь можно насладиться степным запахом разнотравья и получить заряд положительных эмоций.

Модель тура выходного дня в с. Водяное просчитана в таблице 1, в которую входят: транспорт, проживание, аренда снаряжения, услуги экскурсовода (питание в стоимость тура не входит).

Таблица 1 - Модель тура выходного дня в с. Водяное (составлено автором)

№	Статья расходов	Автобус «Богдан»	Автобус «Туту»
1.	Расстояние до пункта назначения (км)	59	59
2.	Расход топлива на 100 км (л)	17	14
3.	Стоимость топлива	45	45
4.	Количество сидячих мест (шт)	28	23
5.	Расход топлива на 59 км (л)	$59 \cdot 17 / 100 = 10,03$	$59 \cdot 14 / 100 = 8,26$
6.	Расходы на топливо с одного человека в одну сторону	$10,03 \cdot 45 / 28 = 16$	$8,26 \cdot 45 / 23 = 16,16$

№	Статья расходов	Автобус «Богдан»	Автобус «Туту»
	(руб)		
7.	З/п водителя с одного пассажира (руб)	$2000/28=71$	$2000/23=87$
8.	Амортизация транспорта (6%) с каждого пассажира (руб)	$10,03*45*6/100/28=1$	$8,26*45*6/100/23=1$
9.	Услуги экскурсовода с каждого пассажира (руб)	$2500/28=89,28$	$2500/23=108,69$
10.	Стоимость поездки в 2 стороны (руб)	$16*2+71+1*2+89,28=194,28$	$16,16*2+87+1*2+108,69=230,01$
11.	Аренда снаряжения индивидуального (руб/сутки)	200	200
12.	Аренда бивачного снаряжения (руб/сутки)	150	150
13.	Стоимость стоянки (руб)	50	50
14.	Стоимость инструктора и прохождения полосы препятствий (руб)	250	250
15.	Себестоимость тура (руб)	$194,28+200+150+50+250=844,28$	$230,01+200+150+50+250=880,01$
16.	Прибыль турагентства (20%) (руб)	$844,28*20/100=168,86$	$880,01*20/100=176$
17.	Итоговая цена тура с одного человека (руб)	1013,14	1056,01

Итак, стоимость тура выходного дня в с. Водяное является доступной для большого круга потребителей в связи с невысокой стоимостью и возможностью получить незабываемые впечатления от занятий спортивным туризмом на свежем воздухе.

У пос. Родниково Новосветской поселковой администрации расположилось Камышевахское водохранилище. Площадь его водного зеркала составляет 104 га. Удаленность от г. Донецка - 59 км. На Камышевахском водохранилище организован Комсомольским рудоуправлением пансионат выходного дня. Корпуса закреплены за цехами рудоуправления. Территория облагорожена, обустроена, есть пляж, навесы, детская площадка, мангалы и удобные спуски в воду. Стоимость тура выходного дня (без учета возможности ночевки и без питания) просчитана в таблице 2.

Таблица 2 - Стоимость тура выходного дня на Камышевахском водохранилище

(пос. Водяное) (составлено автором)

№	Статья расходов	Автобус «Богдан»	Автобус «Туту»
1.	Расстояние до пункта назначения (км)	59	59
2.	Расход топлива на 100 км (л)	17	14
3.	Стоимость топлива	45	45
4.	Количество сидячих мест (шт.)	28	23
5.	Расход топлива на 59 км (л)	$59 \cdot 17 / 100 = 10,03$	$59 \cdot 14 / 100 = 8,26$
6.	Расходы на топливо с одного человека в одну сторону (руб.)	$10,03 \cdot 45 / 28 = 16$	$8,26 \cdot 45 / 23 = 16,16$
7.	З/п водителя с одного пассажира (руб.)	$2000 / 28 = 71$	$2000 / 23 = 87$
8.	Амортизация транспорта (6%) с каждого пассажира (руб.)	$10,03 \cdot 45 \cdot 6 / 100 / 28 = 1$	$8,26 \cdot 45 \cdot 6 / 100 / 23 = 1$
9.	Услуги экскурсовода с каждого пассажира (руб.)	$2500 / 28 = 89,28$	$2500 / 23 = 108,69$
10.	Стоимость поездки в 2 стороны (руб.)	$16 \cdot 2 + 71 + 1 \cdot 2 + 89,28 = 194,28$	$16,16 \cdot 2 + 87 + 1 \cdot 2 + 108,69 = 215,85$
11.	Стоимость инструктора и прохождения полосы препятствий (руб.)	250	250
12.	Себестоимость тура (руб.)	$176,78 + 250 = 444,28$	$215,85 + 250 = 465,85$
13.	Прибыль турагентства (20%) (руб.)	$444,28 \cdot 20 / 100 = 88,86$	$465,85 \cdot 20 / 100 = 93,17$
14.	Итоговая цена тура с человека (руб.)	533,14	559,02

Итак, такой бюджетный вариант похода выходного дня идеально подходит для активного семейного отдыха вблизи водоемов, а опытные инструктора помогут научить преодолевать естественные и природные препятствия при помощи специального туристского снаряжения.

Ландшафтный парк «Зуевский» охватывает территорию более 1200 гектаров, расположен возле села Зуевка Харцызского района Донецкой области. Год основания - 2002-й.

Региональный ландшафтный парк «Зуевский» - это биосферный заповедник. Основной задачей является сохранение уникального природного

ландшафта, редких видов растительности и представителей животного мира. На площади заповедника произрастает более 500 редких видов флоры, два из которых занесены в Мировой красный список, а двенадцать числятся в региональной Красной книге. На территории парка каждый год проводятся ставшие традиционными мероприятия. Множество туристов приезжают на многолюдные экологические фестивали. Здесь проводятся международные соревнования по альпинизму и скалолазанию.

Считается, что это естественное образование, неожиданно возникшее в Донецкой степи. Но экскурсоводы утверждают, что скалистые выступы появились вследствие подрывных работ при строительстве Ольховского водохранилища. Когда-то в скалах ютилось множество птиц. Теперь их нет, но сохранилась богатая растительность. Лазать по маршрутам могут как новички, так и профессионалы.

На тренировочных тропах скалодрома пробуют свои силы дети от 6 лет. Если есть подходящая обувь, то начать карьеру покорителя скал может каждый желающий.

По пути в ландшафтный парк стоит посетить Зуевку, где в сельской школе работает уникальный Музей моллюсков. В нем собрано более 9 тонн различных раковин, от самых простых, распространенных форм до редких экзотических видов. На многих коллекция производит большое впечатление, особенно она нравится детям. Удаленность от Донецка 44 км.

В заповеднике созданы условия для занятий дельтапланеризмом, оборудованы площадки для парапланеристов, на реках есть возможность спускаться на байдарках и моторных лодках, любителям велосипедных прогулок предоставлен весь парк, есть участки повышенной сложности - они придутся по вкусу тем, кто предпочитает испытывать свои силы в горном велосипедном спорте. Приехать можно на один день (одну ночь), но больше пользы и впечатлений приносит отдых в течение нескольких дней.

Посетители отмечают, что и за неделю невозможно разведать все заповедные места, которыми славен Зуевский ландшафтный парк. Отдых здесь помогает полностью оторваться от городской суеты и цивилизации, особенно если отключить мобильный телефон и не подключаться к интернету. Связь в зоне парка отличная, но знатоки рекомендуют пользоваться ею только в крайних случаях. Стоимость тура выходного дня (с учетом ночевки и без питания) просчитана в таблице 3.

Таблица 3 - Стоимость тура выходного дня в ландшафтном парке «Зуевский» (составлено автором)

№	Статья расходов	Автобус «Богдан»	Автобус «Туту»
1.	Расстояние до пункта назначения (км)	44	44
2.	Расход топлива на 100 км (л)	17	14
3.	Стоимость топлива	45	45
4.	Количество сидячих мест	28	23

№	Статья расходов	Автобус «Богдан»	Автобус «Туту»
	(шт.)		
5.	Расход топлива на 44 км (л)	$44 \cdot 17 / 100 = 7,48$	$44 \cdot 14 / 100 = 6,16$
6.	Расходы на топливо с одного человека в одну сторону (руб.)	$7,48 \cdot 45 / 28 = 12,02$	$6,16 \cdot 45 / 23 = 12,05$
7.	З/п водителя с одного пассажира (руб.)	$2000 / 28 = 71$	$2000 / 23 = 87$
8.	Амортизация транспорта (6%) с каждого пассажира (руб.)	$336,6 \cdot 6 / 100 / 28 = 0,72$	$277,2 \cdot 6 / 100 / 23 = 0,72$
9.	Услуги экскурсовода с каждого пассажира (руб.)	$2500 / 28 = 89,28$	$2500 / 23 = 108,69$
10.	Стоимость поездки в 2 стороны (руб.)	$12,02 \cdot 2 + 71 + 0,72 \cdot 2 + 89,28 = 185,76$	$12,05 \cdot 2 + 87 + 0,72 \cdot 2 + 108,69 = 221,23$
11.	Аренда снаряжения индивидуального (руб./сутки)	200	200
12.	Аренда бивачного снаряжения (руб./сутки)	150	150
13.	Стоимость стоянки и экологического сбора (руб.)	80	80
14.	Стоимость инструктора и прохождения полосы препятствий (руб.)	250	250
15.	Себестоимость тура (руб.)	$185,76 + 200 + 150 + 80 + 250 = 865,76$	$221,23 + 200 + 150 + 80 + 250 = 901,23$
16.	Прибыль турагентства (20%) (руб.)	$865,76 \cdot 20 / 100 = 173,15$	$901,23 \cdot 20 / 100 = 180,25$
17.	Итоговая цена тура на одного туриста (руб.)	1038,91	1081,48
18.	Дополнительно оплачивается экскурсия в Музей моллюсков (руб.)	100	100

Итак, тур привлекательным тем, что Ландшафтный парк «Зуевский» дает возможность каждому воплотить все возможности спортивного туризма - поудить рыбу, проплыть по реке на плотах, покорить скалистые вершины.

Выводы и перспективы дальнейших исследований. Основными задачами спортивного туризма (туров выходного дня) являются: гармоничное физическое развитие и содействие всестороннему развитию человека; укрепление здоровья и предупреждение заболеваний; обеспечение полноценного отдыха людей разного возраста и профессий. Указанные задачи приводят к тому, что для организации туров выходного дня территория должна

обладать определенными ресурсами. В ходе исследования проанализированы туры выходного дня в с. Водяное, пос. Родниковое и Ландшафтный парк «Зуевский», которые пользуются особым спросом в Донецкой Народной Республике. Дальнейшие исследования будут направлены на выявление влияния различных видов спортивного туризма на элементы маркетинга.

Список литературы

1. Ветров, С.В. Спортивный туризм как отдельный вид спорта / С.В. Ветров, Е.В. Ореховская // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. - 2018. - №2. - С. 99-101.
2. Даянова, М.А. Спортивный туризм на современном этапе / М.А. Даянова, Е.М. Коробейникова, О.В. Лахина // Наука-2020. - 2018. - №2-2 (18). - С. 11-18.
3. Казначеева, С.Н. Современное состояние спортивного туризма в Российской Федерации / С.Н. Казначеева, Е.А. Челнокова, Н. Ф. Агаев // Вестник евразийской науки. - 2016. - №1 (32). - С. 49-62.
4. Корабейников, И.Н. Тенденции и проблемы развития внутреннего туризма в Российской Федерации / И.Н. Корабейников, И.Л. Полякова // Известия ОГАУ. – 2015. – №3 (53). – С. 266-269.
5. Кравчук, Т.А. Организация событийных туров спортивной направленности / Т.А. Кравчук, М.В. Малыгина // Вестник СИБИТа. - 2018. - №3 (27). - С. 17-25.
6. Кузнецова, Н.С. Маркетинговое исследование удовлетворения предпочтений туристов для развития туризма в ДФО / Н.С. Кузнецова // Вестник Хабаровского государственного университета экономики и права. - 2019. - №3 (101). - С. 129-139.
7. Мездриков, Ю.В. Инвестиционные проекты в области туризма в РФ: бизнес-анализ и анализ эффективности их реализации / Ю.В. Мездриков, О.Е. Ваганова, М.А. Ржевская // Вестник Саратовского государственного социально-экономического университета. -2019. - №3 (77). - С. 185-188.
8. Можелев, Е.А. Особенности спортивно-зрелищных мероприятий и показатели оценки качества их организации и проведения / Е.А. Можелев // Российские регионы: взгляд в будущее. - 2020. - №1. - С. 53-56.
9. Печерица, Е.В. Теоретические аспекты развития спортивно-событийного туризма / Е.В. Печерица // Физическая культура. Спорт. Туризм. Двигательная рекреация. - 2019. - №3. - С. 118-123.
10. Пономарева, И.Ю. Туризм как направление устойчивого развития малых городов / И.Ю. Пономарева, Т.А. Танкиева, М.В. Пономарева, А. В. Королев // Сервис в России и за рубежом. - 2019. - №3 (85). - С. 137-151.