



Прогрессивная



ЭКОНОМИКА

Международный
научно-исследовательский
журнал

№9 / 2022

Главный редактор журнала:

Куликова Ирина Викторовна, кандидат экономических наук (08.00.05), доцент кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

Члены редакционной коллегии:

Хапилин Станислав Анатольевич, доктор экономических наук (08.00.14), доцент кафедры «Международная торговля и таможенное дело», Ростовский государственный экономический университет (РИНХ), Ростов-на-Дону, Россия

Азиева Раиса Хусаиновна, кандидат экономических наук (08.00.05), профессор кафедры «Экономическая теория и государственное управление» Института цифровой экономики и технологического предпринимательства, Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщиков, Чеченская Республика, Россия

Магомаева Лейла Румановна, доктор экономических наук (08.00.10), заведующая кафедрой «Информационные системы в экономике», директор института цифровой экономики и технологического предпринимательства», Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщиков, Чеченская Республика, Россия

Токаев Нох Хасанбиевич, доктор экономических наук (08.00.10), профессор, заведующий кафедрой «Финансы и кредит» факультета экономики и управления, Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, Владикавказ, Россия

Токаева Татьяна Ивановна, доктор экономических наук (08.00.01), профессор, профессор кафедры «Экономика факультета экономика и управления», Северо-Осетинский государственный университет им. К.Л. Хетагурова, Владикавказ, Россия

Лопастейская Людмила Геннадьевна, кандидат экономических наук (08.00.05), доцент кафедры «Экономика, налогообложение и бухгалтерский учет», Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

Лазарев Владимир Николаевич, доктор экономических наук (08.00.05), профессор, заведующий кафедрой «Экономика и менеджмент», Ульяновский государственный технический университет, Ульяновск, Россия

Сигунова Татьяна Анатольевна, кандидат экономических наук (08.00.05), профессор, профессор кафедры «Финансовый учет и контроль», МИРЭА – Российский технологический университет, Москва, Россия

Джандарова Луиза Хусановна, кандидат экономических наук, доцент кафедры «Экология и природопользование» (08.00.05), Грозненский государственный нефтяной технический университет им. акад. М.Д. Миллионщиков, Чеченская Республика, Россия

Власова Екатерина Яковлевна, доктор экономических наук (08.00.05), профессор кафедры «Природообустройство и водопользование», Уральский государственный горный университет, Екатеринбург, Россия

Цыдыпова Алена Викторовна, кандидат экономических наук (08.00.10), Бурятская государственная сельскохозяйственная академия им. В.Р. Филиппова, Улан-Удэ, Россия

Стоянова Инна Анатольевна, доктор экономических наук (08.00.05), профессор кафедры промышленного менеджмента, заместитель директора, Центр стратегического менеджмента и конъюнктуры сырьевых рынков Горного института НИТУ «МИСиС», Москва, Россия

Яндыганов Яков Яныбаевич, доктор географических наук, профессор, заслуженный деятель науки и образования, профессор кафедры «Сервисная экономика», Уральский государственный экономический университет, Екатеринбург, Россия

Бекмурзаева Рашия Хамзатовна, кандидат экономических наук (08.00.05), доцент кафедры «Экономика и экономическая безопасность предприятий и отраслей», Чеченский государственный университет имени А.А. Кадырова, Грозный, Россия

ИНН / ОГРНИП: 310263101740 / 321312300063333

ISSN электронной версии: 2713-1211

Регистрационный номер СМИ: Эл № ФС77-82380 выдан 23.12.2021 Федеральной службой по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)

Префикс DOI: 10.54861

E-mail: progressive-science@yandex.ru

Сайт: <https://progressive-economy.ru>

© Прогрессивная экономика, 2022 г.

Подписано к публикации: 30.09.2022

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Малахов И.Н.

ДИВЕРСИФИКАЦИИ РЫНКОВ СБЫТА КОМПАНИИ НА
ПРИМЕРЕ ВХОЖДЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЕ
ПРОСТРАНСТВО ЕС..... 5

Анатский А.О.

ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ 15

Круг Э.А., Петрова К.В.

ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ
ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ТУРФИРМ Г.
ПСКОВА)..... 29

ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

DOI: 10.54861/ 27131211_2022_9_5

УДК 339.5

**ДИВЕРСИФИКАЦИИ РЫНКОВ СБЫТА КОМПАНИИ НА ПРИМЕРЕ
ВХОЖДЕНИЯ В ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ПРОСТРАНСТВО ЕС**

*Малахов И.Н., директор по развитию бизнеса, компания Medvoit Oü, г.
Таллин, Эстония*

Аннотация. Статья посвящена вопросам построения политики диверсификации рынков сбыта посредством вхождения в единое экономическое пространство стран Европейского Союза. Приводится характеристика понятия диверсификации рынков сбыта компании. Отмечается, что диверсификация преследует своей целью наращивание хозяйственной активности при одновременном повышении показателей выручки и доли, прибыли в ней, обеспечение доступа к наиболее качественным и выгодным ресурсам, снижение издержек в целом. Описываются характерные достоинства и недостатки единого экономического пространства ЕС, выявляются барьеры на пути к диверсификации. Актуализируется применение различных стратегий продвижения компании на новые рынки, связанные с преодолением выявленных барьеров. В числе данных стратегий, применимых в отношении стран-членов ЕС, наиболее оптимальной становится стратегия диверсификации, направленная на создание нового (или улучшенного аналога) товара, позволяющего преодолеть культурный барьер, учесть территориальные особенности и предпочтения потребителей, соблюсти требования стандартов качества и пройти процедуры

сертификации, создать конкурентные преимущества. Все это показывает, что диверсификация рынков сбыта становится ключом к развитию компании, позволяя накапливать и перенаправлять внутренние ресурсы с целью улучшения качественных и количественных показателей деятельности в долгосрочной перспективе.

Ключевые слова: диверсификации рынков сбыта, интеграция, Европейский Союз, экономическое пространство.

DIVERSIFICATION OF THE COMPANY'S SALES MARKETS ON THE EXAMPLE OF ENTERING THE EU ECONOMIC SPACE

*Malakhov I.N., Business Development Director, Medvoit Ou Company, Moscow
Tallinn, Estonia*

Abstract. The article is devoted to the issues of building a policy of diversification of sales markets through entry into the common economic space of the countries of the European Union. The concept of diversification of the company's sales markets is characterized, it is noted that diversification aims to increase economic activity while increasing revenue and profit share in it, providing access to the most high-quality and profitable resources, reducing costs in general. The characteristic advantages and disadvantages of the common economic space of the EU are described, and barriers to diversification are identified. The application of various strategies for promoting the company to new markets related to overcoming the identified barriers is being updated. Among these strategies applicable to the EU member states, the most optimal is the diversification strategy aimed at creating a new (or improved analogue) product that allows you to overcome the cultural barrier, take into account territorial characteristics and consumer preferences, comply with quality standards and pass certification procedures. , create a competitive advantage. All this shows that the diversification of sales markets is becoming the key to the development of the company, allowing you to accumulate

and redirect internal resources in order to improve the qualitative and quantitative performance indicators in the long term.

Keywords: diversification of sales markets, integration, European Union, economic space.

JEL classification: Q02, O16, Q27.

Для цитирования: Малахов И.Н. Диверсификации рынков сбыта компании на примере вхождения в экономическое пространство ЕС // *Прогрессивная экономика. 2022. № 9. С. 5–14.*

Введение

На современном этапе тема диверсификации рынков сбыта компании приобретает особую значимость, связанную с возможностями занимания новых ниш в кризисных условиях и формирования за счет этого ряда конкурентных преимуществ. Тем не менее, несмотря на все перспективы и положительные аспекты, диверсификация рынков сбыта является достаточно сложным и емким процессом, требующим проведения предварительного анализа рынков, подготовки к интеграции, учета барьерных факторов и многих других элементов, от степени проработанности которых напрямую зависит конечная результативность интеграционных процессов [7].

Актуальность темы исследования подчеркивается тем, что диверсификация рынков сбыта представляется как способ управления текущим финансовым положением компании, обеспечивающий становление новых производственных процессов, обновление выпускаемой продукции с учетом специфических особенностей нового рынка и непосредственную интеграцию в его конкурентную среду с целью получения экономической выгоды. Различные авторы по-разному рассматривают организацию вопросов диверсификации рынков сбыта, присваивая отличительные функциональные черты данным процессам. Тем не менее, с позиции конкретизации вопросов

освоения новых рынков Европейского союза, необходимо уточнить, что несмотря на наличие единого экономического пространства среди стран-членов ЕС, каждый из рынков требует индивидуализированного подхода при вхождении компании. Это становится центральной проблемой, определяющей актуальность данного исследования.

Целью работы является проведение теоретического анализа процессов диверсификации рынков сбыта компании на примере вхождения в единое экономическое пространство стран Европейского Союза.

Материалы и методы

Статья основывается на открытых информационных источниках, среди которых особое значение приобретают теоретические и практико-ориентированные исследования как отечественных, так и зарубежных авторов, данные средств массовой информации, статистические сборники, законодательные акты и директивы стран Европейского союза. В исследовании задействуются следующие методы: теоретический анализ и синтез, сравнение, обобщение, наблюдение, сопоставление, абстрагирование, дедуктивный и индуктивный методы, проектирование, моделирование, и ряд других.

Результаты и обсуждение

В условиях глобальной экономической интеграции вопросы диверсификации рынков сбыта как ключевого способа реорганизации деятельности субъекта предпринимательства принимают особое значение с перспективой наращивания хозяйственной активности, повышения показателей выручки и доли прибыли в ней, обеспечения доступа к наилучшим ресурсам по минимальной стоимости, снижения издержек и т.д. [1].

Экономическое пространство стран-членов Европейского Союза, имеющее единую нормативно-правовую основу, а также обеспечивающее свободный переток товаров, капитала и кадров, основной денежной массы за счет наличия установленной единой расчетной валюты, действующей наравне с национальными валютами стран ЕС, становится главным преимуществом при

рассмотрении вероятного рынка сбыта продукции на фоне других рынков и стран [2].

Компания, получая доступ к единому экономическому пространству стран-членов ЕС, обеспечивает себя дополнительными возможностями по территориальному расширению влияния, поиску перспективных инвесторов, укреплению конкурентных позиций, развитию бизнеса на международном уровне и др. [9].

Однако, несмотря на высокие перспективы, международный рынок ЕС предстает «серьезным испытанием» для каждой компании, поскольку требует при вхождении реализации не только предусмотренных на законодательном уровне процедур, но и создания особого имиджа, преодоления культурного барьера и обеспечения особых (отличительных) конкурентных позиций на едином рынке за счет уникальных стратегий функционирования. Зачастую данные процессы требуют пересмотра уже имеющегося производственного потенциала и продукции в векторе соответствия потребностям населения стран Европы.

Вместе с тем рынок ЕС, по мнению А.В. Сотникова и его соавторов, имеет ряд характерных проблем, противоречащих установленному «единому» вектору. Эти проблемы проявляются в:

- наличию разрывов между национальными экономиками стран-членов ЕС, что снижает реальные возможности бизнеса в зависимости от территории размещения;
- влиянию адресных нормативно-правовых особенностей на ведение деятельности в ряде стран (отличия в налогообложении, локальных нормах и стандартах) за счет «рамочного» единого законодательства и возможностей его корректировки на национальном уровне;
- высокой концентрации преимуществ «единого рынка» в центральных крупнейших экономиках [6].

Кроме того, далеко не во всех регионах расчеты осуществляются в единой валюте, что также требует особого внимания со стороны компании при

выборе направлений диверсификации деятельности. Теме не менее, рынок ЕС сегодня является одним из самых позитивных примеров международного рынка, поскольку обеспечивает максимально возможные «равные» условия функционирования, в сравнении с другими территориально-экономическими союзами.

В вопросах диверсификации, по мнению Р.К. Леньковой и Е.В. Карачевской, можно выделить четыре основных стратегии (рис. 1):

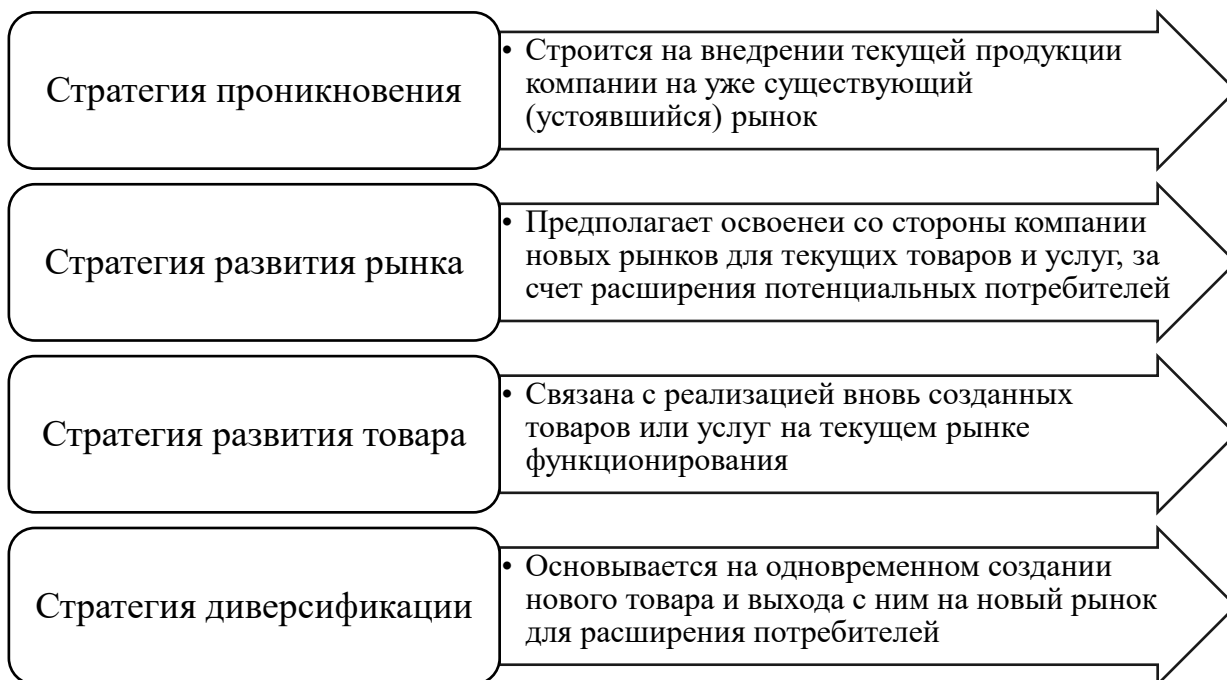


Рис. 1. Стратегии диверсификации рынков сбыта компании

Источник: составлено автором на основе [4]

Обращаясь к рис. 1, стоит заметить, что каждая из представленных стратегий связана с собственным набором функциональных характеристик и черт, предполагаемых изменений и намеченных тенденций хозяйственной активности. Учитывая современное состояние рынка ЕС, особую значимость приобретает именно реализация стратегии диверсификации, предполагающая создание нового (или улучшенного аналога) товара с целью его адаптации под новый рынок. В пользу данных процессов играет ряд следующих факторов:

– целесообразность преодоления культурного барьера;

- необходимость учета территориальных особенностей, предпочтений целевой аудитории (потребителей);
- особые требования к сертификации товаров на уровне стандартов качества ЕС;
- значимость создания уникальных конкурентных преимуществ производимой продукции [5].

При вхождении на международное экономическое пространство стран ЕС компания сталкивается с необходимостью регионального распространения, что соответственно требует учета новейших условий и принятия вышепредставленных факторов за основу построения политики диверсификации на уровне каждой взятой территории [3]. Только в таком случае создаются все необходимые условия для закрепления на рынке с перспективами расширения деятельности, наращивания экономической активности.

В подобных реалиях, по мнению П.С. Юнусовой, диверсификация позволяет повысить эффективность использования ресурсов в отношении каждой территории; обеспечить выработку той продукции с соответствующими ей объемами производства, которая создаст оптимальный уровень спроса в регионе, будет соответствовать специфическими потребностями населения; учесть риски функционирования на национальном рынке. Вместе с тем диверсификация рынков рассматривается исключительно как направление развития субъекта предпринимательства, обеспечивающее реализацию аккумулированных ресурсов в векторе улучшения качественных и количественных показателей деятельности [8].

Так, на примере интеграции в единый рынок стран ЕС процесс диверсификации сбытовой деятельности приобретает ряд характерных черт, строящихся исходя из конечных условий функционирования компании на новом рынке, определяющихся на уровне конкретной территории и дополнительно усложняющихся под действием единых требований. В случае успешной интеграции, занятия конкурентных позиций, компания получает

возможность в использовании преимуществ единого международного экономического пространства. Однако, так или иначе, эти преимущества будут ограничены за счет влияния культурного барьера и сопутствующих рисков конкретных территорий.

Заключение

Таким образом, в результате проведенного теоретического анализа, было установлено, что:

– диверсификация рынков сбыта компании представляет собой сложный и емкий процесс, предполагающий выход компании на новые рынки с созданием уникальной продукции или обновлением старой в соответствии с принципами актуализации и обеспечения целесообразности для потенциально новых потребителей;

– в отношении стран-членов единого экономического пространства ЕС диверсификация с упором на глобальные требования приобретает проблематизированный характер, складывающийся из факторов культурного барьера, разрыва экономического развития отдельных территорий, высокой концентрации всех преимуществ «единого рынка» в центральных районах;

– преодоление барьеров диверсификации рынков сбыта при вхождении в экономическое пространство ЕС представляет собой создание нового (или улучшенного аналога) товара, позволяющего преодолеть культурный барьер, учесть территориальные особенности и предпочтения потребителей, соблюсти требования стандартов качества и пройти процедуры сертификации, создать конкурентные преимущества.

Все это показывает, что диверсификация действительно становится ключом к развитию компании, основательно аккумулируя и направляя внутренние ресурсы с целью улучшения качественных и количественных показателей деятельности.

Литература

1. Белоусов Д.А. Увеличение рынка сбыта как критерий диверсификации на рынке телекоммуникационных услуг и связи // Science Time. 2014. № 5 (5). С. 35–37.
2. Иванов И.Д. Единый внутренний рынок ЕС: свет, тени, историческая перспектива // Современная Европа. 2004. № 2 (18). С. 19–34.
3. Каукин А., Миллер Е. Региональные стратегии и сравнительные примеры динамики промышленного производства // Экономическое развитие России. 2017. № 5. С. 68–74.
4. Ленькова Р.К., Карачевская Е.В. Диверсификация рынков сбыта с учетом трансфертных цен молокоперерабатывающих предприятий АПК // Вестник Белорусской государственной сельскохозяйственной академии. 2017. № 4. С. 15–18.
5. Самофалов В.И., Самофалов А.В., Штоколова А.П. Моделирование процесса диверсификации целевых сегментов рынка сбыта продукции предприятия в условиях международного лизинга // Финансовые исследования. 2020. № 4 (69). С. 131–139.
6. Сотников А.В., Скурова А.В., Буренин В.А., Марков А.К. Достижения и проблемы в формировании единого внутреннего рынка ЕС // Российский внешнеэкономический вестник. 2015. № 9. С. 108–118.
7. Шевелёва А.В., Акиева Л.Б. Диверсификация деятельности нефтегазовых компаний в условиях снижения цен на нефть и введения экономических санкций // Вестник Московского государственного института международных отношений. 2016. № 6 (51). С. 144–151.
8. Юнусова П.С. Диверсификация производства как фактор развития регионального продовольственного рынка // Региональная экономика: теория и практика. 2010. № 30. С. 53–58.
9. Якимова О.Ю. Единый цифровой рынок: опыт Европейского Союза // Контентус. 2018. № 2 (67). С. 1–8.

References

1. Belousov D.A. Uvelichenie rynka sbyta kak kriterij diversifikacii na rynke telekommunikacionnyh uslug i svjazi // *Science Time*. 2014. № 5 (5). S. 35–37.
2. Ivanov I.D. Edinyj vnutrennij rynek ES: svet, teni, istoricheskaja perspektiva // *Sovremennaja Evropa*. 2004. № 2 (18). S. 19–34.
3. Kaukin A., Miller E. Regional'nye strategii i sravnitel'nye primery dinamiki promyshlennogo proizvodstva // *Jekonomicheskoe razvitie Rossii*. 2017. № 5. S. 68–74.
4. Len'kova R.K., Karachevskaja E.V. Iversifikacija rynkov sbyta s uchetom transfertnyh cen molokopererabatyvajushhijh predpriyatij APK // *Vestnik Belorusskoj gosudarstvennoj sel'skohozjajstvennoj akademii*. 2017. № 4. S. 15–18.
5. Samofalov V.I., Samofalov A.V., Shtokolova A.P. Modelirovanie processa diversifikacii celevyh segmentov rynka sbyta produkcii predpriyatija v uslovijah mezhdunarodnogo lizinga // *Finansovyje issledovanija*. 2020. № 4 (69). S. 131–139.
6. Sotnikov A.V., Skurova A.V., Burenin V.A., Markov A.K. Dostizhenija i problemy v formirovanii edinogo vnutrennego rynka ES // *Rossijskij vneshnejekonomicheskij vestnik*. 2015. № 9. S. 108–118.
7. Sheveljova A.V., Akieva L.B. Diversifikacija dejatel'nosti neftegazovyh kompanij v uslovijah snizhenija cen na neft' i vvedenija jekonomicheskijh sankcij // *Vestnik Moskovskogo gosudarstvennogo instituta mezhdunarodnyh otnoshenij*. 2016. № 6 (51). S. 144–151.
8. Junusova P.S. Diversifikacija proizvodstva kak faktor razvitija regional'nogo prodovol'stvennogo rynka // *Regional'naja jekonomika: teorija i praktika*. 2010. № 30. S. 53–58.
9. Jakimova O.Ju. Edinyj cifrovoj rynek: opyt Evropejskogo Sojuza // *Kontentus*. 2018. № 2 (67). S. 1–8.

УДК 330.341

**ОБЕСПЕЧЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ
ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ РОССИЙСКИХ
ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ**

*Анатский А.О., аспирант, Санкт-Петербургский университет
технологий управления и экономики, г. Санкт-Петербург, Россия*

Аннотация. В статье автором рассматриваются аспекты достижения экономической безопасности деятельности российских предприятий в условиях цифровой экономики. Целью настоящей статьи является систематизация научного знания в области достижения экономической безопасности инновационной деятельности российских предприятий в условиях цифровизации и разработка рекомендаций по ее достижению с учетом негативного воздействия санкций со стороны Западных стран. Для достижения поставленной цели автором производится систематизация научного знания в области оценки степени достижения экономической безопасности в области инноваций, а также определяется характер воздействия рисков цифровой экономики на обеспечение безопасности. Уточнено понятие экономической безопасности инновационной деятельности как состояния защищенности важных интересов экономических субъектов во внешнеэкономической, производственно-хозяйственной, инновационно-технологической, финансово-инвестиционной, социальной и информационной сферах на всех стадиях реализации интеллектуального потенциала в виде проведения научных исследований и разработок, внедрения новых технологий и последующей коммерциализации конечного продукта.

Автором обобщены подходы к оценке уровня экономической безопасности инновационной деятельности, что позволяет комплексно оценивать степень ее достижения. Проанализированы риски и угрозы цифровой экономики с точки зрения достижения безопасности инновационной деятельности. Для обеспечения высокого уровня экономической безопасности инновационной деятельности предприятий необходимо устранять риски цифровой экономики и обеспечивать условия для безопасной инновационной деятельности.

Ключевые слова: экономическая безопасность, инновационная деятельность, безопасность инновационной деятельности, цифровая экономика, цифровой разрыв, хозяйствующие субъекты.

ENSURING THE ECONOMIC SECURITY OF INNOVATIVE ACTIVITIES OF RUSSIAN ENTERPRISES IN THE DIGITAL ECONOMY

*Anatsky A.O., Post-graduate student, St. Petersburg University of Management
Technologies and Economics, St. Petersburg, Russia*

Abstract. In the article, the author examines the aspects of achieving economic security of Russian enterprises in the digital economy. The purpose of this article is to systematize scientific knowledge in the field of achieving economic security of innovative activities of Russian enterprises in the context of digitalization and to develop recommendations for achieving it, taking into account the negative impact of sanctions from Western countries. To achieve this goal, the author systematizes scientific knowledge in the field of assessing the degree of achievement of economic security in the field of innovation, and also determines the nature of the impact of digital economy risks on security. The concept of economic security of innovation activity is clarified as a state of protection of important interests of economic entities in foreign economic, production and economic, innovation and technological, financial and investment, social and information spheres at all stages of realization of intellectual potential in the form of research and development, introduction of

new technologies and subsequent commercialization of the final product. The author summarizes approaches to assessing the level of economic security of innovation activity, which allows a comprehensive assessment of the degree of its achievement. The risks and threats of the digital economy from the point of view of achieving the safety of innovation activity are analyzed. To ensure a high level of economic security of innovative activities of enterprises, it is necessary to eliminate the risks of the digital economy and provide conditions for safe innovation activities.

Keywords: economic security, innovation activity, security of innovation activity, digital economy, digital divide, economic entities.

JEL classification: J28, O32, L26.

Для цитирования: Анатский А.О. Обеспечение экономической безопасности инновационной деятельности российских предприятий в условиях цифровой экономики // *Прогрессивная экономика*. 2022. № 9. С. 15–28.

Введение

Защита ключевых экономических интересов хозяйствующих субъектов является важным условием достижения устойчивого развития общества. При этом в вопросах достижения безопасности инновационной деятельности государству отводится ключевая роль, поскольку создание системы институтов, обеспечивающих защиту результатов интеллектуального труда и деятельности в области исследований и разработок лежит в основе достижения экономической безопасности страны. Экономическая безопасность инновационной деятельности должна гарантировать и защищать результаты интеллектуальной деятельности от внешних и внутренних угроз.

Как отмечают современные научные исследователи, возможность перехода на инновационный путь развития зависит от уровня экономической безопасности инновационной деятельности российских предприятий [3; 4; 6].

Цифровизация глобальной экономики меняет концепцию экономических отношений, где решение вопросов обеспечения экономической безопасности имеет приоритетное значение для достижения независимости, эффективности и стабильности общественной жизни. Тренды открытости и цифровизации повышают уязвимость хозяйствующих субъектов к негативному внешнему воздействию, в связи с чем исследование теоретических аспектов достижения экономической безопасности интеллектуальной деятельности представляется актуальной исследовательской задачей.

Целью настоящей статьи является систематизация научного знания в области достижения экономической безопасности инновационной деятельности российских предприятий в условиях цифровизации и разработка рекомендаций по ее достижению с учетом негативного воздействия санкций со стороны Западных стран.

Обзор литературы

Вопросы обеспечения экономической безопасности России исследуются в статьях следующих российских авторов: Н.М. Тюкавкина, А.В. Минакова, Е.М. Коростышевской, Е.С. Земсковой, Н.Н. Барановой, С.А. Рахимовой, Л.П. Гончаренко и др.

В научной статье А.В. Минакова рассмотрены проблемные аспекты достижения экономической безопасности хозяйственной деятельности в условиях цифровизации. Автором показано, что распространение электронно-цифровых новшеств обеспечивает механизмы диффузии инноваций, но также и создает условия для неблагоприятного воздействия, например, для хакерских атак или кражи продуктов интеллектуального труда. Согласно изложенному в статье авторскому подходу, экономическая безопасность реализуется органами государственного управления за счет применения правовых, социальных, экономических, организационных и иных мероприятий, направленных на защиту государственных интересов. Достижение экономической безопасности возможно при соблюдении принципов цифровой экономики, к которым относятся: преобладание

интеллектуального капитала над физическим, привлечение инвестиций в разработку инновационных продуктов и технологий, преобладание обмена информацией над реальным обменом и т.д. [4].

Е.М. Коростышевская рассматривает аспекты обеспечения экономической безопасности хозяйственной деятельности и приходит к выводу, что достижение состояния экономической безопасности создает условия для инновационного развития экономики. При этом, согласно подходу Е.М. Коростышевской, инновационное развитие как таковое является фактором обеспечения экономической безопасности [3].

В работе Е.С. Земсковой и Н.Н. Барановой исследуется проблема инновационной безопасности с точки зрения условий и факторов ее обеспечения. Авторы определяют экономическую безопасность инновационной деятельности как способность к инновациям, способность к прогрессу, устойчивость и конкурентоспособность. Согласно авторскому подходу, инновационная безопасность должна обеспечивать повышение конкурентоспособности экономики страны. Мероприятия, направленные на достижение безопасности инновационной деятельности, согласно подходу авторов – это мероприятия, направленные на активизацию и интенсификацию инновационной деятельности [2].

А.В. Минаков, Е.М. Коростышевская, Е.С. Земскова и Н.Н. Баранова рассматривают экономическую безопасность инновационной деятельности с точки зрения элемента подсистемы экономической безопасности.

Экономическую безопасность как самостоятельный объект исследует Н.М. Тюкавкин, который определяет ее как организацию эффективных условий ведения деятельности при обеспечении защиты и противодействия негативных факторов, влияющих на инновационные процессы. Автор рассматривает вопросы обеспечения экономической безопасности инновационной деятельности российских промышленных предприятий и приходит к выводу, что основными инструментами достижения экономической безопасности являются охрана физической и

интеллектуальной собственности, а также защита внутреннего рынка с целью обеспечения конкурентных преимуществ [6].

С.А. Рахимова и Л.П. Гончаренко рассматривают практические аспекты обеспечения экономической безопасности в инновационной деятельности предприятий и приходят к выводу, что в развитых странах за счет инновационного развития достигается экономическая безопасность. Инновации являются движущей силой развития, в связи с этим авторы рассматривают достижение экономической безопасности инновационной деятельности с точки зрения достижения конкурентных преимуществ продукции промышленных предприятий на внутренних и внешних рынках [5].

На основании проведенного анализа библиографических источников можно прийти к следующим выводам:

Во-первых, вопросы обеспечения экономической безопасности инновационной деятельности являются недостаточно исследованными, поскольку большинство российских авторов рассматривают проблематику достижения именно экономической безопасности. Безопасность инновационной деятельности в большинстве работ рассматривается как подсистема, а не как самостоятельный объект исследования.

Во-вторых, экономическая безопасность инновационной деятельности представляет собой ключевой элемент инновационного развития экономики и инструмент достижения конкурентоспособности в системе международных экономических отношений.

В-третьих, уровень экономической безопасности инновационной деятельности во многом зависит от системы институтов, обеспечивающих защиту интеллектуальных прав, с одной стороны, и возможности инновационного развития – с другой.

Материалы и методы исследования

В настоящей статье в качестве источников информации использованы научные публикации российских и зарубежных авторов по теме исследования. Для достижения поставленной цели исследования использовалась

совокупность принципов и современных методов научного познания, а именно: эмпирический метод, метод анализа и библиографических источников, обобщение, сравнительный анализ и синтез, методы аналогии наглядного отображения результатов.

Результаты исследования

Произведенный анализ источников позволяет уточнить понятие экономической безопасности инновационной деятельности российских предприятий как состояния защищенности важных интересов экономических субъектов во внешнеэкономической, производственно-хозяйственной, инновационно-технологической, финансово-инвестиционной, социальной и информационной сферах на всех стадиях реализации интеллектуального потенциала в виде проведения научных исследований и разработок, внедрения новых технологий и последующей коммерциализации конечного продукта. В соответствии с предложенным определением можно представить следующую классификацию видов экономической безопасности инновационной деятельности представленную на рис. 1.

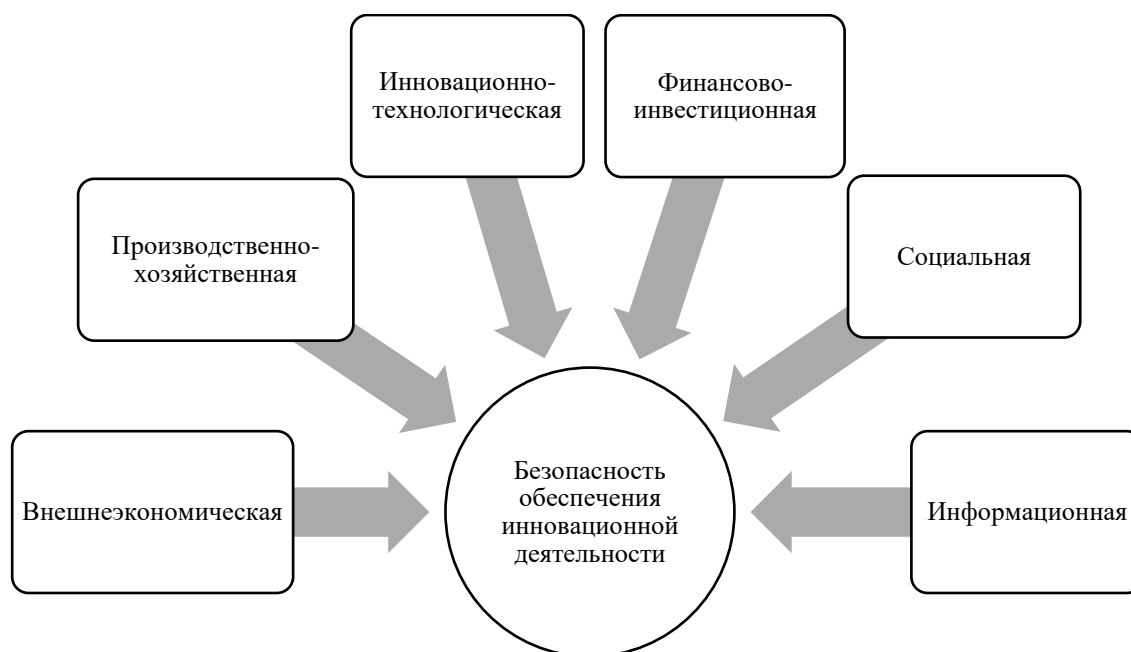


Рис. 1. Классификация видов экономической безопасности в сфере инновационной деятельности

Источник: составлено на основе [4; 6]

Следовательно, успешная политика государства в области обеспечения экономической безопасности инновационной деятельности должна обеспечивать достижение всех видов безопасности, представленных на рис. 1. Реализация комплекса мероприятий по обеспечению экономической безопасности в области инновационной деятельности производится на основе системы критериев и показателей, позволяющих получить количественную оценку степени достижения экономической безопасности субъекта. В настоящее время отсутствует единая методика оценки степени экономической безопасности деятельности в области инноваций.

Однако можно выделить два подхода к оценке уровня достижения экономической безопасности в области инновационной деятельности. С точки зрения первого подхода, критерием достижения экономической безопасности является наличие резервов и запасов для инновационной деятельности [1]. С точки зрения второго подхода, достижение экономической безопасности означает инновационное развитие как таковое [7]. Количественные критерии, которые можно использовать для оценки степени достижения экономической безопасности инновационной деятельности, представлены на рис. 2.

Резервы и запасы обеспечения инновационной деятельности	Обеспечение инновационного развития
<ul style="list-style-type: none"> • Индикаторы социально-экономического развития хозяйствующих субъектов; • Степень защиты результатов инновационной деятельности; • Финансирование инновационной деятельности и т.д. 	<ul style="list-style-type: none"> • Индикаторы глобальной конкурентоспособности; • Доля инновационных товаров и услуг в объеме выпуска товаров и услуг; • Затраты на НИОКР; • Количество патентов и т.д.

Рис. 2. Индикаторы оценки уровня экономической безопасности инновационной деятельности российских предприятий

Источник: составлено автором

Синтез данных двух подходов к оценке уровня экономической безопасности инновационной деятельности позволяет комплексно оценивать

степень ее достижения как с точки зрения обеспечения условий для инновационного развития, так и с точки зрения создания резервов и запасов деятельности в области инноваций. Такие показатели, как индикаторы социально-экономического развития, показатели финансирования инновационной деятельности и величины затрат на НИОКР необходимо рассматривать в динамике, а также посредством сравнительного анализа определять лидирующие регионы России и отстающие регионы.

Показатели степени защищенности результатов инновационной деятельности, показатели доли инновационных товаров и услуг, индикаторы конкурентоспособности необходимо сравнивать с аналогичными достигнутыми в развитых экономиках мира. Приближение к лидирующим экономикам можно расценивать как достижение повышения экономической безопасности деятельности в области инноваций.

Обсуждение

Обсуждая возможности применения методик по оценке уровня экономической безопасности инновационной деятельности, необходимо оценить роль цифровизации экономики и характер ее воздействия на уровень безопасности инновационной деятельности российских компаний в условиях санкций. Внедрение цифровых решений в производственный процесс напрямую влияет на конкурентоспособность компаний, поскольку происходит внедрение цифровых технологий в процессы создания ценности. Однако эксперты Всемирного Банка указывают на неравномерность распределения выгод от цифровизации. Все возможности цифровой экономики доступны лишь тем участникам экономических отношений, которые имеют доступ к новейшим технологиям [8].

Например, у многих российских пользователей и организаций в условиях санкций отсутствует доступ к крупнейшим базам научных статей и разработок. Доступ к иностранным инновационным технологиям для российских предприятий еще более ограничен. В данном ключе выгоды от цифровой экономики получают не все участники экономических отношений,

а реализуемая в настоящее время политика ограничения доступа российских пользователей к иностранным интернет-ресурсам и наукометрическим базам в еще большей степени усиливает цифровое неравенство. Цифровое неравенство или цифровой разрыв является существенным фактором риска, препятствующим достижению как экономической безопасности инновационной деятельности на уровне отдельных компаний, так и экономической безопасности на уровне экономики России.

Другими фактором риска, связанными с процессами цифровизации экономики, являются проблемы киберугроз, мошенничества и пиратства в сети Интернет. Также для экономики России характерно отсутствие развитого сектора производства конкурентоспособных цифровых продуктов и высокая зависимость от импорта цифровых технологий. Все данные факторы препятствуют достижению высокого уровня экономической безопасности страны и высокого уровня безопасности инновационной деятельности, в частности. Факторы риска цифровой экономики, а также пути их преодоления, представленные в различных научных источниках, систематизированы и отражены в табл. 1.

Таблица 1

Способы достижения экономической безопасности инновационной деятельности в цифровой экономике

Риск	Сущность проблемы	Пути решения
Цифровой разрыв	Ограничение доступа для российских компаний к новейшим технологиям, разработкам. Ограничение доступа для российского научного сообщества к международным базам знаний.	Мероприятия, направленные на устранение отставания в технологической, цифровой и научной сферах. Развитие сектора информационных технологий.
Отсутствие конкурентоспособного It-сектора	Отсутствие конкурентоспособного It-сектора препятствует преодолению проблемы цифрового неравенства, поскольку для обеспечения высокого уровня экономической безопасности в условиях цифровизации	Создание программ обучения, адаптированных под задачи цифровой экономики, поддержка ключевых цифровых специалистов. Создание спроса со стороны государства на продукцию It-сектора. Государственная поддержка It-сектора.

	необходимо самостоятельно разрабатывать ключевые программные решения	
Киберугрозы, мошенничество и пиратство	Высокие риски киберугроз, а также мошенничество и пиратство являются барьерами на пути инновационной деятельности в силу наличия рисков утраты результатов исследований и разработок	Улучшение инструментов идентификации личности в сети интернет. Многоуровневые системы верификации в сети Интернет. Защита персональных данных и защита прав на интеллектуальную собственность.

Источник: составлено автором на основе [3; 4; 7; 8]

Таким образом, нейтрализация рисков цифровой экономики позволит в полной мере получить выгоды от ее преимуществ и обеспечить достижение высокого уровня экономической безопасности инновационной деятельности в условиях санкций. Для преодоления угроз цифровой экономики необходимо:

1. Реализовать комплекс мероприятий, направленных на устранение отставания в технологической, цифровой и научной сферах, в частности, за счет развития сектора информационных технологий.

2. Обеспечить развитие конкурентоспособного сектора информационных технологий за счет адаптации образовательных программ под потребности реальных секторов экономики, поддержки it-специалистов и сектора информационных технологий, создания спроса со стороны государства на продукцию сектора информационных технологий.

3. Повысить безопасность присутствия в сети Интернет и безопасность хранения результатов интеллектуального труда за счет улучшения инструментов идентификации, внедрения многоуровневых систем верификации, обеспечения высокой степени защиты персональных данных и прав на интеллектуальную собственность.

Заключение

Проведенный анализ показал, что цифровая экономика открывает возможности достижения высокого уровня экономической безопасности инновационной деятельности лишь для тех хозяйствующих субъектов,

которые имеют доступ к современным технологиям. У предприятий и обществ, для которых доступ к современным инновационным технологиям и научным знаниям отсутствует или ограничен, перспективы обеспечения экономической безопасности стремительно ухудшаются. Отставание таких экономических систем в развитии со временем будет лишь усиливаться, а проблемы обеспечения безопасности деятельности будут оставаться нерешенными. Устранение факторов риска цифровой экономики приобретает особенную актуальность для России в условиях обострения политических отношений и введения санкций.

Следовательно, для обеспечения высокого уровня экономической безопасности инновационной деятельности предприятий и достижения высокого уровня экономической безопасности общественной системы в целом, необходимо устранять риски цифровой экономики, с одной стороны, и обеспечивать условия для безопасной инновационной деятельности – с другой. Грамотная государственная политика, содержащая в себе мероприятия по указанным двум направлениям, позволит в полной мере получать преимущества от цифровизации для достижения высокого уровня экономической безопасности деятельности в области инноваций.

Направлением дальнейших исследований автора является разработка комплексной методики оценки уровня достижения экономической безопасности инновационной деятельности с учетом рисков цифровой экономики.

Литература

1. Волкова Т.А., Волкова С.А. Роль инноваций в обеспечении экономической безопасности региональных систем // Вестник ВГУИТ. 2020. № 4 (82). С. 277–284.
2. Земскова Е.С., Баранова Н.Н. Инновационная безопасность как подсистема экономической безопасности // Контентус. 2019. № 3 (80). С. 1–8.

3. Коростышевская Е.М. Инновационная составляющая экономической безопасности России // *Инновации*. 2014. № 6 (188). С. 34–38.
4. Минаков А.В. Обеспечение экономической безопасности России в условиях развития цифровой экономики // *Экономика и бизнес: теория и практика*. 2019. № 3–2. С. 19–22.
5. Рахимова С.А., Гончаренко Л.П. Обеспечение экономической безопасности в инновационной деятельности // *Научно-практические исследования*. 2019. № 8–7(23). С. 69–77.
6. Тюкавкин Н.М., Обеспечение экономической безопасности инновационной деятельности промышленных предприятий // *Концепция национальной экономической Безопасности Российской Федерации и ее реализация на современном этапе: сборник материалов Всероссийской научно-практической конференции*. / Под. общ. ред. Н.М. Тюкавкина. Самара: АНО Издательство СНЦ, 2020. С. 85–90.
7. Хотулев А.С. Цифровой разрыв как глобальное явление и вызов для России // *PCM*. 2022. № 1 (114). С.45–62.
8. Dasgupta S., Lall S., Wheeler D. 2001. Policy Reform, Economic Growth, and the Digital Divide: An Econometric Analysis. Policy Research Working Paper № 2567. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/19692>.

References

1. Volkova T.A., Volkova S.A. Rol' innovacii v obespechenii ekonomicheskoy bezopasnosti regional'nyh sistem // *Vestnik VGUIT*. 2020. № 4 (82). S. 277–284.
2. Zemskova E.S., Baranova N.N. Innovacionnaya bezopasnost' kak podsistema ekonomicheskoy bezopasnosti // *Kontentus*. 2019. № 3 (80). S. 1–8.
3. Korostyshevskaya E.M. Innovacionnaya sostavlyayushchaya ekonomicheskoy bezopasnosti Rossii // *Innovacii*. 2014. № 6 (188). S. 34–38.

4. Minakov A.V. Obespechenie ekonomicheskoy bezopasnosti Rossii v usloviyah razvitiya cifrovoj ekonomiki // *Ekonomika i biznes: teoriya i praktika*. 2019. № 3–2. С. 19–22.
5. Rahimova S.A., Goncharenko L.P. Obespechenie ekonomicheskoy bezopasnosti v innovacionnoj deyatel'nosti // *Nauchno-prakticheskie issledovaniya*. 2019. № 8–7(23). S. 69–77.
6. Tyukavkin N.M., Obespechenie ekonomicheskoy bezopasnosti innovacionnoj deyatel'nosti promyshlennyh predpriyatij // *Koncepciya nacional'noj ekonomicheskoy Bezopasnosti Rossijskoj Federacii i ee realizaciya na sovremennom etape: sbornik materialov Vserossijskoj nauchno-prakticheskoy konferencii*. / Pod. obshch. red. N.M. Tyukavkina. Samara: ANO Izdatel'stvo SNC, 2020. S. 85–90.
7. Hotulev A.S. Cifrovoj razryv kak global'noe yavlenie i vyzov dlya Rossii // *RSM*. 2022. № 1 (114). S.45–62.
8. Dasgupta S., Lall S., Wheeler D. 2001. Policy Reform, Economic Growth, and the Digital Divide: An Econometric Analysis. Policy Research Working Paper № 2567. URL: <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/19692>.

УДК 339.138

**ОЦЕНКА УДОВЛЕТВОРЕННОСТИ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ НА РЫНКЕ
ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ (НА ПРИМЕРЕ ТУРФИРМ Г. ПСКОВА)**

*Круг Э.А., кандидат экономических наук, доцент,
Псковский государственный университет, г. Псков, Россия*

*Петрова К.В., студент,
Псковский государственный университет, г. Псков, Россия*

Аннотация. Рассмотрены мотивы, влияющие на выбор потребителем туристских услуг. Мотивация клиентов играет огромную роль в развитии туристского бизнеса, поскольку этот фактор выполняет ряд важных функций и включают в себя необходимые для ведения туристической деятельности компоненты. Кроме того, мотивация во взаимосвязи с другими элементами в сфере туризма способна увеличить производительность и конкурентоспособность любой турфирмы, что способствует созданию и формированию более качественного и прибыльного турпродукта. Представленное исследование содержит результаты оценки изучения потребительских предпочтений туристов при выборе туристических услуг. В проведенном исследовании принято участие 92 респондента разного возраста и разного статуса. Проанализировав систему мотивации среди турфирм города Пскова с помощью анкетирования, можно сделать вывод о том, что мотивы, которыми руководствуется турист, многообразны. Каждый человек представляет себе туризм достаточно индивидуально в зависимости от возраста, образования, жизненного опыта, семейного положения, дохода и других факторов.

Ключевые слова: мотивация, туристические услуги, клиенты, потребители, турфирмы г. Псков, туристский продукт.

ASSESSMENT OF CUSTOMER SATISFACTION IN THE TOURIST SERVICES MARKET (ON THE EXAMPLE OF TRAVEL AGENCIES IN PSKOV)

*Krug E.A., Candidate of Economic Sciences, Associate Professor,
Pskov State University, Pskov, Russia*

*Petrova K.V., student,
Pskov State University, Pskov, Russia*

Abstract. The motives influencing the choice of tourist services by the consumer are considered. Customer motivation plays a huge role in the development of tourism business, since this factor performs a number of important functions and includes the components necessary for conducting tourism activities. In addition, motivation in conjunction with other elements in the field of tourism can increase the productivity and competitiveness of any travel agency, which contributes to the creation and formation of a better and more profitable travel product. The presented study contains the results of the evaluation of the study of consumer preferences of tourists when choosing tourist services. The study involved 92 respondents of different ages and different status. Having analyzed the motivation system among the travel agencies of the city of Pskov with the help of a questionnaire, we can conclude that the motives that guide the tourist are diverse. Each person imagines tourism quite individually, depending on age, education, life experience, marital status, income and other factors.

Keywords: motivation, tourist services, clients, consumers, travel agencies of Pskov, tourist product.

JEL classification: L83, Z32, P48.

Для цитирования: *Круг Э.А., Петрова К.В. Оценка удовлетворенности потребителей на рынке туристических услуг (на примере турфирм г. Пскова) // Прогрессивная экономика. 2022. № 9. С. 29–40.*

Введение

Оценка удовлетворенности клиентов имеет огромное значение для деятельности предприятий разных сфер деятельности. В сфере туризма изучение потребностей клиента занимает важное место, так как данный рынок высококонкурентен. На рынке Псковской области представлены как региональные турфирмы, так и туроператоры федерального уровня, что порождает необходимость в тщательном изучении потребностей клиентов.

Актуальность данной темы исследования состоит в том, что в настоящее время огромную роль отдают причинам и мотивам клиентов при выборе туристского продукта, а не материальным объектам (звездность отеля, комфортабельность транспорта и прочее). В первую очередь, принимают во внимание эмоциональные, духовные и культурные составляющие, что привело к изменениям мотивов современного потребителя туристского продукта [3, с. 134-140]. Однако в связи со стремительным развитием информационных технологий всё сложнее становится привлечь внимание клиента.

Материалы и методы

Оценка проводилась в целом среди турфирм на рынке города Пскова. Генеральная совокупность, по данным Территориального органа Федеральной службы государственной статистики по Псковской области, на 1 января составила 209073 чел.

При доверительной вероятности в 85% и доверительном интервале $\pm 12\%$, требуемый размер выборки составит 92 человек. Анкетирование проводилось с помощью Google Формы – <https://forms.gle/CFWkVtwDiVtrtkPx9>.

Методы исследования: анализ, индукция, дедукция, обобщение, социологический опрос.

Результаты исследования

В онлайн-опросе приняли участие 92 человек мужчин и женщин. По половому признаку среди опрошенных преобладали женщины – 56%, мужчин – 44%. В возрастной категории опрошенных выделилось примерно три одинаковые в количественном соотношении группы (рис. 1).

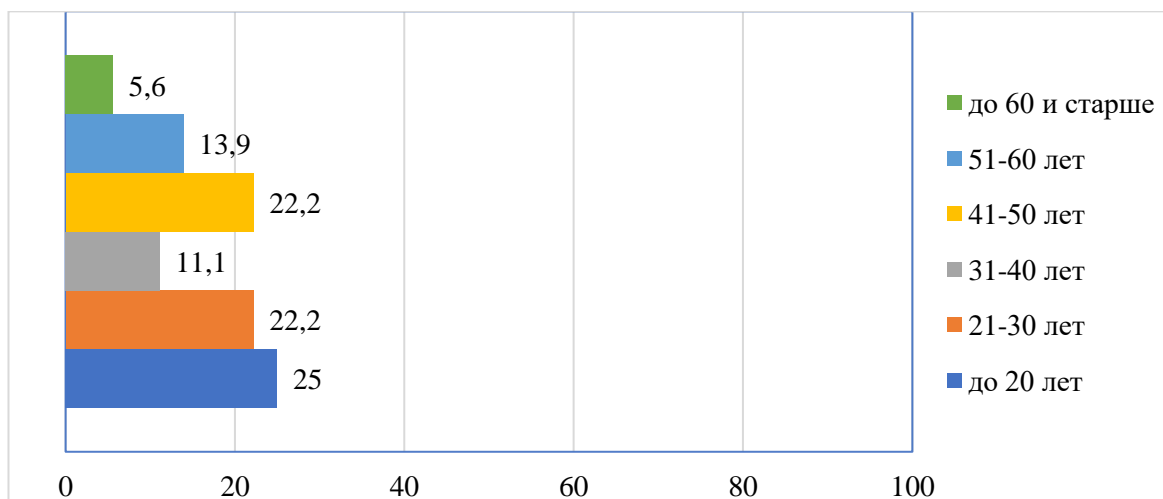


Рис. 1. Возрастная категория респондентов, %

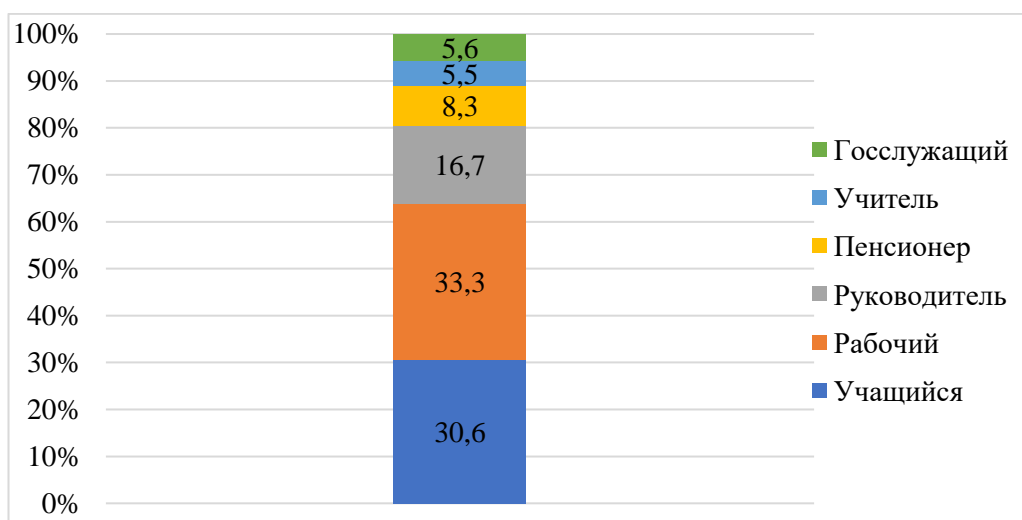


Рис. 2. Род деятельности опрошенного населения, %

Более 60% опрошенных – это учащиеся и рабочие, то есть именно эта часть населения пользуется услугами турфирмы. Также среди респондентов выделились другие слои населения: пенсионеры, руководители (фирм, организаций, предприятий), учителя и госслужащие (рис. 2.).

Уровень цены на турпродукт определяет величину прибыли, конкурентоспособность и финансовую устойчивость турфирмы [5]. Так, ценообразование в туризме зависит от возрастного состава туристов и их доходов (рис. 3).

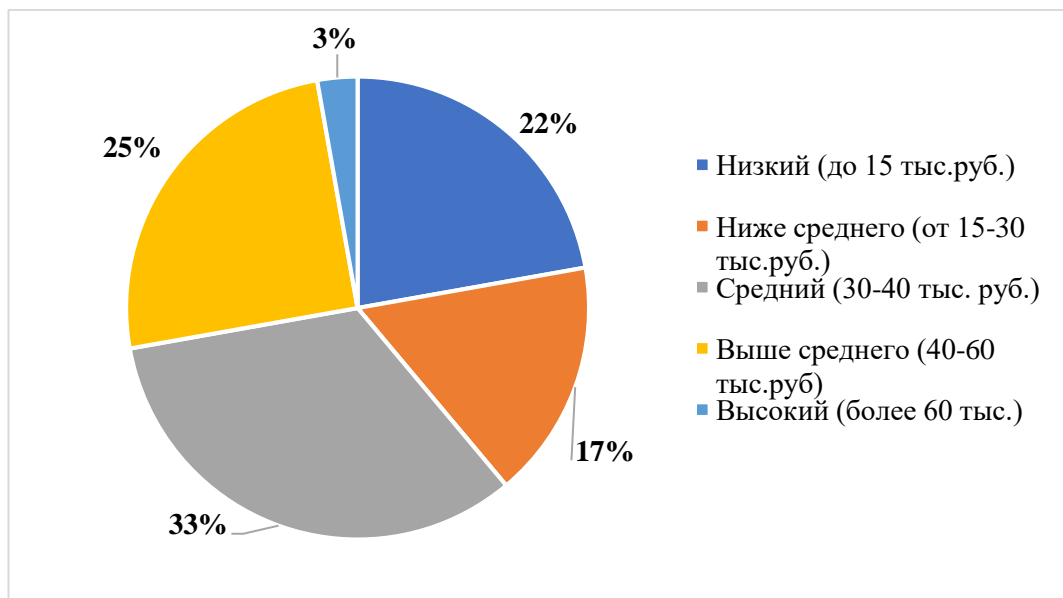


Рис. 3. Уровень дохода респондентов

Основной доход населения находится либо в среднем, либо выше среднего диапазоне – от 30 до 60 тыс. руб. в месяц. Другая часть опрошенных имеют либо низкий, либо ниже среднего уровень дохода – 39%.

Прежде чем определиться с выбором туристического агентства, любой потребитель задаётся целью найти информацию по интересующей теме. По вопросу: «Из какого источника Вы узнали о туристической фирме?» были получены следующие данные (рис. 4).

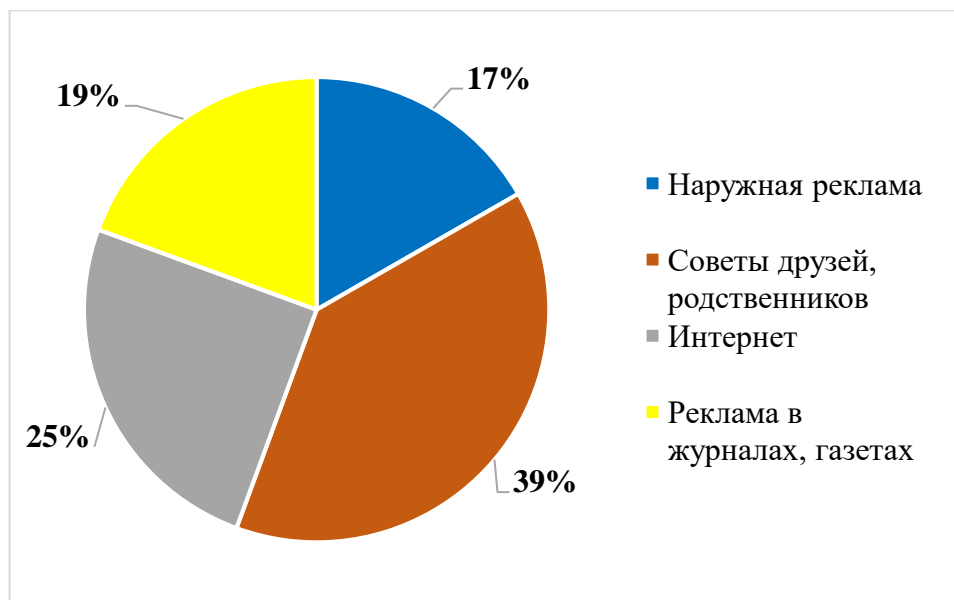


Рис. 4. Источники информации

Большинство респондентов предпочитает искать информацию в Интернете или доверять прошлому опыту своих друзей и родственников – это 64% из общего числа опрошенных.

Кроме того, на выбор турпродукта влияют: предыдущий опыт, мнение знакомых, скидки и акции, реклама, финансовые возможности и информация, полученная от менеджера туристической фирмы и другие факторы (рис. 5). Основных два фактора, которые влияют на выбор потребителя: скидки/акции и мнение знакомых. При этом реклама меньше всего привлекает опрошенных респондентов, что, скорее всего, связано с тем, что большинство из них – это молодежь до 30 лет, которая относится к новому поколению.

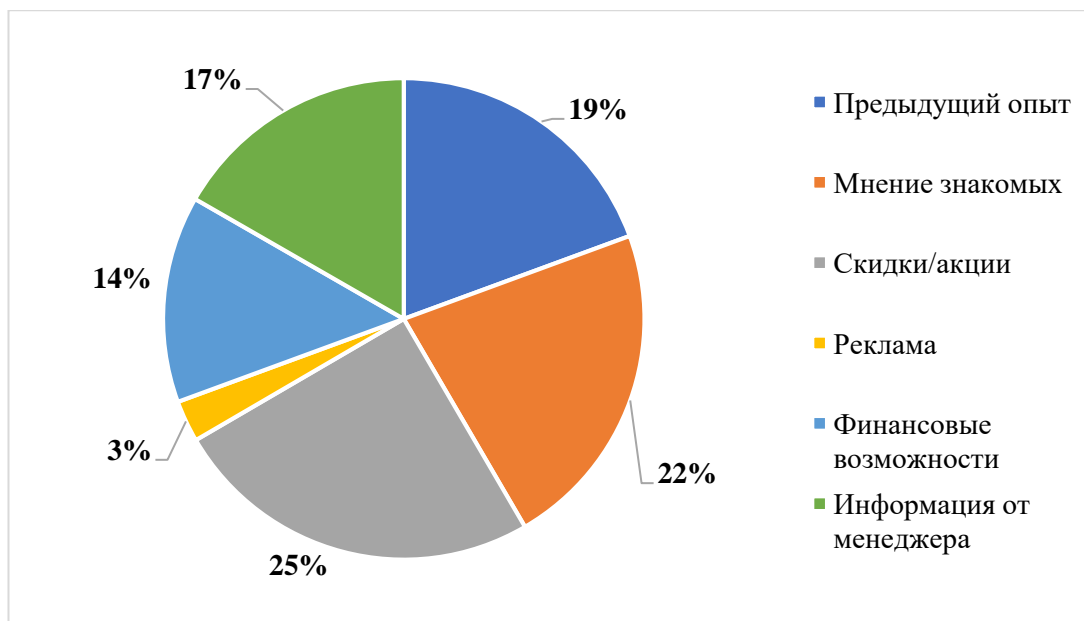


Рис. 5. Факторы, влияющие на выбор турпродукта

Туристы отправляются в путешествие с разными целями. Предпосылкой любого путешествия является наличие мотива [1]. Мотивацию туриста можно определить как мотив удовлетворения рекреационных потребностей, зависящий от физиологических и психологических характеристик индивида, его взгляда на вещи, ценностей, ориентации, образования и т.д. [4]. Собираясь в поездку, потребители предпочитают путешествовать либо вдвоём, либо с семьёй. Однако ехать в одиночку хотят лишь единицы.

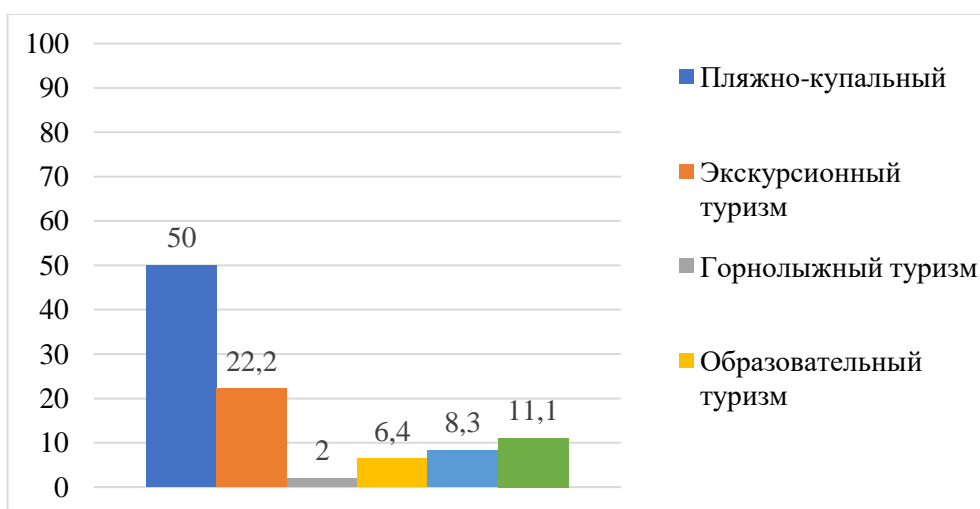


Рис. 6. Предпочитаемые виды туризма среди опрошенных, %

Каждый потребитель, приходя в турфирму, желает удовлетворить свои мотивы, цели и потребности. Исходя из этого, он выбирает направление поездки (рис. 6.). Туристская мотивация влияет не только на решения о путешествии и выбор конкретных туристских продуктов, но и на развитие новых инновационных возможностей, а также на появление новых дестинаций, форм и видов туризма [2].

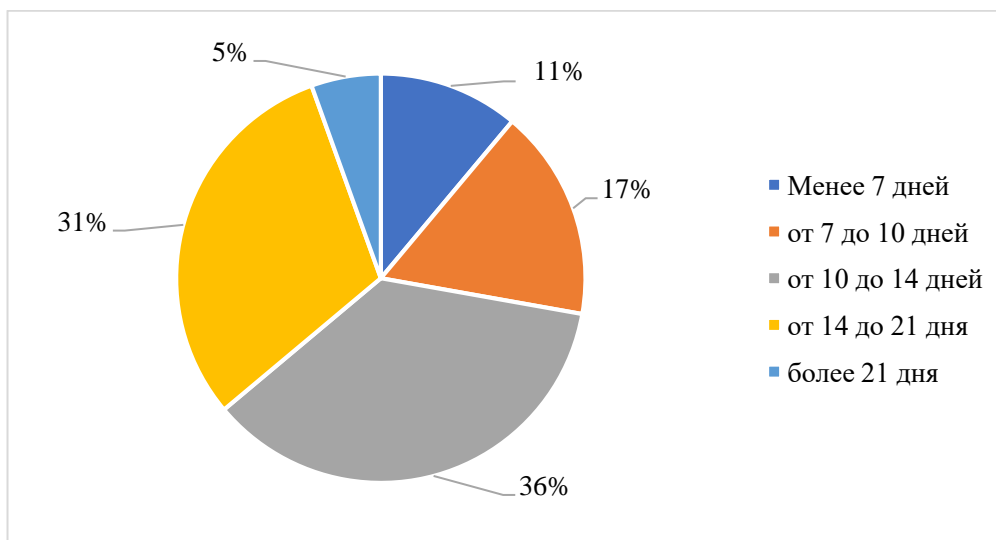


Рис. 7. Оптимальная продолжительность отдыха

Большинство респондентов предпочитают отдыхать от 10 до 14 и от 14 до 21 дня – это 67%. Это связано с тем, что минимальный отпуск, который дают по трудовому кодексу РФ, не может быть меньше 14 дней, поэтому в этот период люди ищут возможность уехать куда-нибудь отдохнуть (рис. 7).

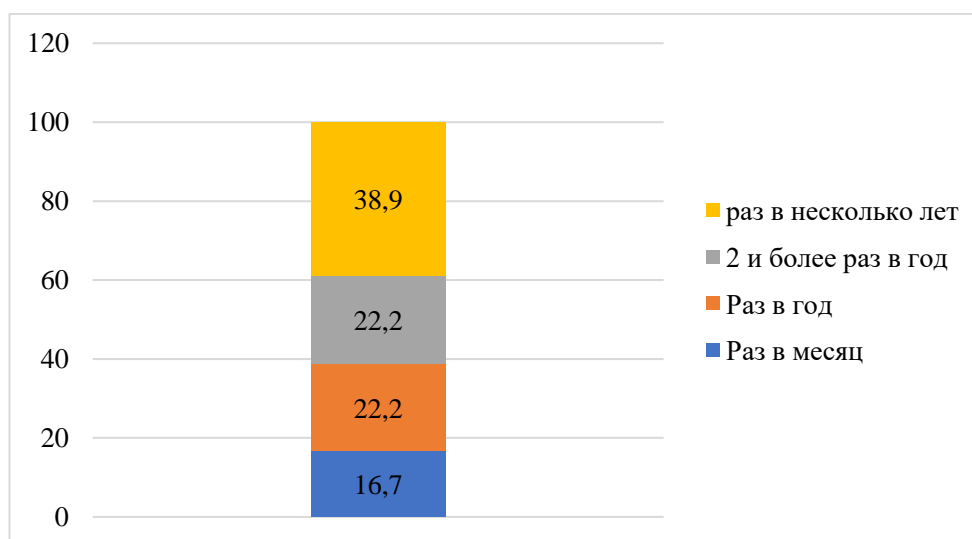


Рис. 8. Предпочитаемый период путешествия среди респондентов, %

По частоте отдыха большинство респондентов ответили, что в состоянии путешествовать несколько раз в год – 38,9 %. Остальные опрошенные в равных долях ответили на другие три категории (рис. 8.).

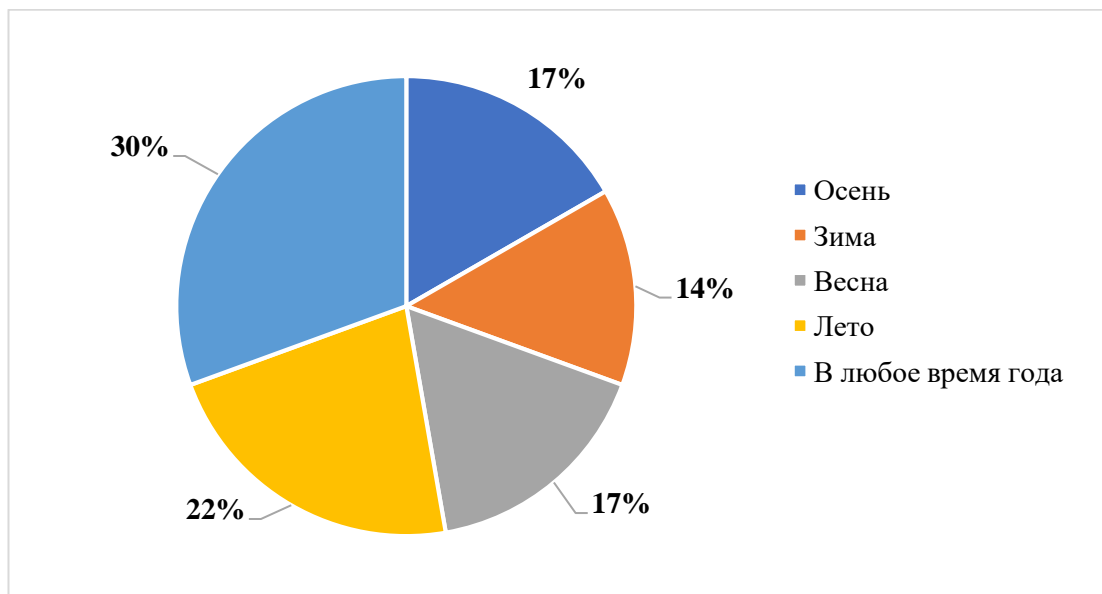


Рис. 9. Предпочтительное время года для путешествия среди опрошенных, %

Время отдыха потребителей в основном зависит от отпуска или каникул, поэтому 52% – это те, кто ответил лето и любое время года. Остальные времена года разделились примерно в равном процентном соотношении (рис. 9.).

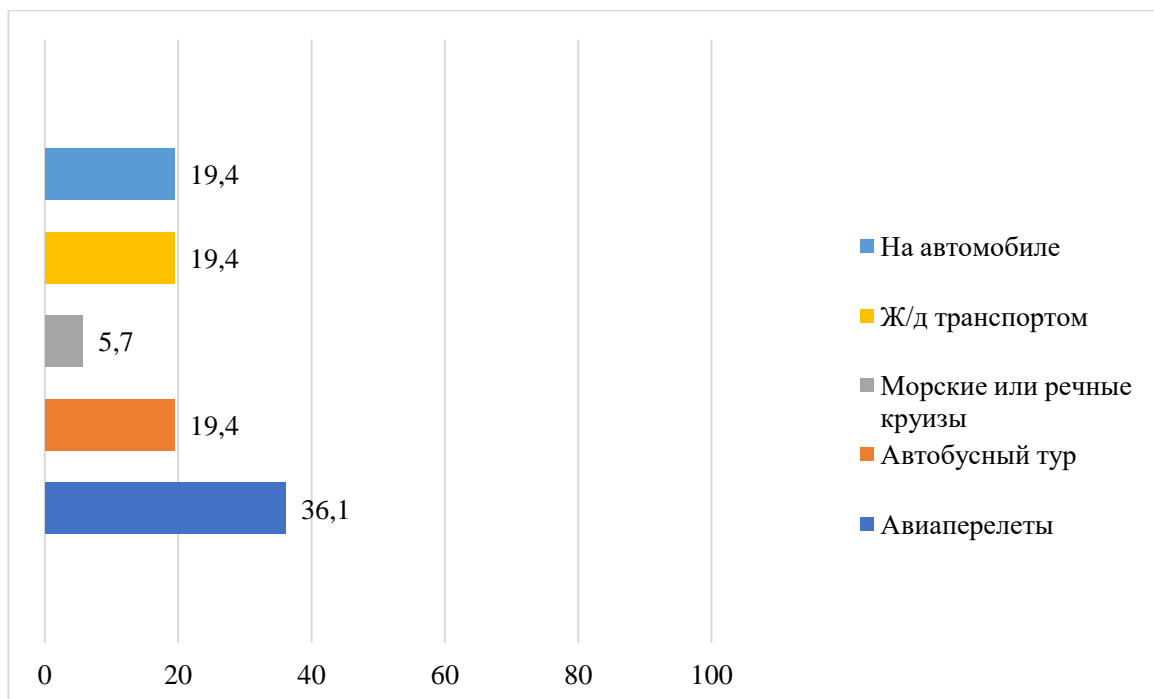


Рис. 10. Способ передвижения при выборе турпродукта, %

Среди возможных средств передвижения наиболее выделились авиаперелеты – 36,1 %, остальные виды транспорта разделились в равных долях – 19,4%. Меньше всего потребители отдают предпочтение водному виду транспорта (рис. 10.).

Таким образом, руководствуясь полученными данными, учитывая погрешность, в результате онлайн-опроса, можно сделать вывод о том, что при выборе турпродукта клиенты ориентируются на свои финансовые возможности. Потребитель хочет иметь качественный, не дорогой, но при этом комфортный туристический продукт. Большинство респондентов интересуется наличием каких-либо акций или скидок, а также многие хотели бы видеть среди дополнительных услуг – систему лояльности для постоянных клиентов или рассрочку на оплату тура.

Заключение

Проведено исследование, направленное на изучение системы мотивации клиентов турфирмы на туристическом рынке города Пскова. Проанализировав систему мотивации среди турфирм города Пскова с помощью анкетирования, можно сделать вывод о том, что мотивы, которыми

руководствуется турист, многообразны. Каждый человек представляет себе туризм достаточно индивидуально в зависимости от возраста, образования, жизненного опыта, семейного положения, дохода и других факторов. При организации туристической поездки потребитель хочет иметь, с одной стороны, разнообразный отдых, с другой – путешествие должно быть организовано таким образом, чтобы оно соответствовало его интересам, стремлениям и ожиданиям. Эти требования современного потребителя туристских услуг должны учитываться при развитии туристской, гостиничной и смежной с туризмом инфраструктуры в российских регионах для развития их туристской привлекательности. Следовательно, система мотивации клиентов турфирмы актуальна в настоящий момент, так как потребители формируют спрос, который рождает предложение.

Литература

1. Афонин А.Ю. Понятие и значение мотивации и мотивационного процесса // Интеллектуальный потенциал XXI века: ступени познания. 2013. № 17. С. 105–112.
2. Бурухина Ю. Ленкова М.И. Методы и инструменты повышения эффективности деятельности предприятия индустрии туризма // Курорты. Сервис. Туризм. 2015. № 2 (27). С. 6–14
3. Гонохова Т.А. Психология общения операторов турфирмы с клиентами // Научный вестник Горно-Алтайского государственного университета. Том 15. Горно-Алтайск, 2020. С 134–140.
4. Жукова М. А. Управление мотивацией потребителя туристских услуг // Вестник университета. 2019. № 2 С. 13–19.
5. Луганская Е.В. Основные мотивационные аспекты туристической деятельности // Вестник Краснодарского университета МВД России. 2011. № 2(12). С. 96–99.

References

1. Afonin A.YU. Ponyatie i znachenie motivacii i motivacionnogo processa // Intellektual'nyj potencial XXI veka: stupeni poznaniya. 2013. № 17. S. 105–112.
2. Buruhina YU. Lenkova M.I. Metody i instrumenty povysheniya effektivnosti deyatel'nosti predpriyatiya industrii turizma // Kurorty. Servis. Turizm. 2015. № 2 (27). S. 6–14
3. Gonohova T.A. Psihologiya obshcheniya operatorov turfirmy s klientami // Nauchnyj vestnik Gorno-Altajskogo gosudarstvennogo universiteta. Tom 15. Gorno-Altajsk, 2020. S 134–140.
4. ZHukova M. A. Upravlenie motivaciej potrebitelya turistskih uslug // Vestnik universiteta. 2019. № 2 S. 13–19.
5. Luganskaya E.V. Osnovnye motivacionnye aspekty turisticheskoy deyatel'nosti // Vestnik Krasnodarskogo universiteta MVD Rossii. 2011. № 2(12). S. 96–99.