

Научная статья

Original article

УДК 338.484.6

DOI 10.55186/27131424_2023_5_3_12



**СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ МЕДИЦИНСКОГО
ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ**
MARKETING STRATEGIES AND PROMOTION OF THE TOURISM POTENTIAL
OF THE STATE ON THE INTERNATIONAL MARKET

Арсаханова Гайна Абдуловна, кандидат медицинских наук, доцент, зав.кафедрой «гестологии», профессор кафедры «финансов, кредита и антимонопольного регулирования», Чеченский государственный университет имени А. А. Кадырова (366021 Россия, г. Грозный, ул. Асланбека Шерипова, д. 32), тел. +7(495)250-32-24, mguspaeva@mail.ru

Gaina A. Arsakhanova, Candidate of Medical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of "Gestology", Professor of the Department of "Finance, Credit and Antimonopoly Regulation", Kadyrov Chechen State University (32 Aslanbek Sheripov st., Grozny, 366021 Russia), tel. +7(495)250-32-24, mguspaeva@mail.ru

Аннотация. Сейчас возможности государства по содержанию объектов культурного наследия являются достаточно ограниченными, а потому объем государственного финансирования, выделяемого на содержание и реставрацию памятников составляет примерно 10-15% от необходимого. Возникает потребность в поиске альтернативных источников финансирования и формировании совершенного инновационного экономического механизма государственного

регулируемая охраной культурного наследия. Следует отметить, что совершенствование экономического механизма государственного регулирования охраной культурного наследия можно идентифицировать с его привлечением к социально-экономическим процессам развития страны. Именно инвестиционное направление развития экономического механизма государственного регулирования охраной культурного наследия раскрывает такие преимущества и перспективные формы государственно-частного партнерства, концессия; аутсорсинг; инвестиционные сделки; приватизация; формирование трансграничных, культурных, туристических кластеров на использовании потенциала культурного наследия. В современных условиях совершенствование экономического механизма государственного регулирования сферы охраны культурного наследия предусматривает предоставление сервисных услуг как системы долгосрочных финансово-экономических отношений между институтами государства и субъектами частного сектора экономики по реализации проектов на основе партнерства и объединения ресурсов, распределения доходов и преимущественных выгод, расходов и рисков. Поэтому управление недвижимостью различного функционального назначения, в том числе и объектами культурного наследия и памятниками архитектуры, может осуществляться на основе привлечения компаний, предоставляющих сервисные услуги.

Abstract. Currently, the state's capacity to maintain cultural heritage objects is quite limited, and therefore the amount of state funding allocated for the maintenance and restoration of monuments is approximately 10-15% of the required. There is a need to search for alternative sources of financing and the formation of a perfect innovative economic mechanism of state regulation of the protection of cultural heritage. It should be noted that the improvement of the economic mechanism of state regulation of the protection of cultural heritage can be identified with its involvement in the socio-economic processes of the country's development. It is the investment direction of the development of the economic mechanism of state regulation of the protection of cultural heritage that reveals such advantages and promising forms of public-private partnership,

concession; outsourcing; investment transactions; privatization; formation of cross-border, cultural, tourist clusters based on the use of the potential of cultural heritage. In today's conditions, the improvement of the economic mechanism of state regulation of the sphere of cultural heritage protection provides for the provision of services as a system of long-term financial and economic relations between state institutions and private sector entities for the implementation of projects based on partnership and pooling resources, income distribution and preferential benefits, costs and risks. Therefore, the management of real estate of various functional purposes, including objects of cultural heritage and architectural monuments, can be carried out on the basis of the involvement of companies providing maintenance services.

Ключевые слова: *услуги, сектор экономики, культурное наследие, расходы, риски*

Keywords: *services, economic sector, cultural heritage, costs, risks*

Ведь известно, что историческую недвижимость и связанные с ней земельные участки признают во всем мире потенциально привлекательными объектами инвестирования. Конечно, многое зависит и от состояния объекта, его местоположения и культурной ценности. Для реализации инвестиционных проектов в сфере культурного наследия необходимым условием является, с одной стороны, соблюдения интересов государства в части, касающейся ее сохранения и использования, а с другой - учет интересов инвестора в плане окупаемости проекта и получения прибыли [2].

Эксперты отмечают, что суть применения сервейинга в памятникоохранной сфере - получение максимального эффекта при управлении недвижимыми объектами культурного наследия, который достигается за счет системного подхода, охватывающего все стадии реконструкции и жизненного цикла объекта. То есть в процессе реализации концепции сервейинга происходит проработка технических и пространственно-территориальных аспектов развития исторической недвижимости с учетом ярко выраженной управленческой целевой ориентации, что имеет важное значение для ее эффективного использования [5].

Именно совершенствование экономического механизма государственного регулирования в сфере охраны историко-культурного наследия и памятников архитектуры происходит путем налаживания системы взаимоотношений органов публичной власти различных уровней, субъектов предпринимательской деятельности в процессе хозяйственной деятельности по вопросам поиска финансовых источников, корзин для финансирования охраны культурного наследия, перераспределения доходов бюджетов всех уровней с целью сохранения историко-культурного достояния страны. Данный механизм должен базироваться на следующих основных принципах государственного регулирования: плановости, эффективности использования средств, публичности, результативности, обратной связи, законности [10].

Говоря о представлении туристического продукта спортивного туризма на международном рынке необходимо определить текущее состояние этой туристической дестинации и продукт, который она предлагает туристам международного уровня. При этом целесообразно использовать SWOT-анализ. Он является основой для оценки конкурентной позиции области, определяя ее сильные стороны, слабые стороны, возможности и угрозы.

Слабые стороны развития спортивной туристической дестинации РФ заключаются в недостаточном развитии ресторанно-гостиничной индустрии. Следует отметить неудовлетворительное состояние оборудования гостиничной индустрии, отсутствие на территории дестинации пятизвездочных отелей и гостиниц класса «люкс», а также заведений питания, которые бы предлагали различные виды современной кухни, отвечающей мировым стандартам [13]. К слабым сторонам следует отнести и отсутствие квалифицированного персонала в сфере гостеприимства и туризма, менеджеров по туризму, гидов, экскурсоводов и отсутствие достаточного опыта для обслуживания туристов международного уровня, наличие языкового барьера в общении и др.

До возможностей региона следует также отнести развитие малого и среднего бизнеса в области продвижения туристического продукта спортивного туризма, открытие новых заведений размещения и питания, туристических бюро, магазинов

спортивного оборудования, проката спортивной техники и т. п., что в свою очередь может решить проблему безработицы в регионе.

Некоторые виды спортивного туризма являются потенциально опасными для природных водных объектов. Среди них крупнейшей школой может причинить использование моторных лодок, что может привести к эрозии пляжей и береговых линий, распространению водорослей, химическому загрязнению, мутности мелководных территорий [4].

Деятельность спортивного туризма на территории РФ может оказывать негативное влияние на видовой состав растений. Особенно страдает растительность более низких уровней, что почти всегда приводит к уменьшению видового разнообразия. Потеря некоторых видов возможна после целевого сбора и копания растений, после расположения палаточных лагерей, прокладывания туристических троп и тому подобное. Превышение предельно допустимых нагрузок на зоны активного спортивного туризма в конечном итоге приводит к отмиранию части природных комплексов, потере их способности к самовосстановлению. К сожалению, эта проблема касается уникальных природных объектов, интересующих много туристов. Как результат, эти места быстро теряют эстетическую привлекательность, жажда к осуществлению активной спортивной деятельности естественным образом уменьшается [7].

Проведение спортивных туристических событий также имеет свои последствия для состояния окружающей среды. За счет ожидания массовых съездов туристов для участия в спортивных событиях, возникает необходимость восстановления и усовершенствования спортивных сооружений, арен, стадионов, что требует значительных инвестиций, которые можно с большей эффективностью потратить на другие более значимые отрасли, такие как здравоохранение и образование, развитие транспортной системы [11].

Отсутствие согласованной, высококвалифицированной и компетентной системы мероприятий для реализации туристического продукта спортивного туризма на мировом рынке, также дает ощутимые негативные результаты в РФ. Проблемы возникают в основном с рекламой туристического продукта, поскольку

Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral"

за границей очень трудно получать информацию как по РФ, так и ее туристических услуг. Постиндустриальный этап развития, к которому перешли ведущие страны мира, становится причиной больших изменений в мировом культурном пространстве. Культурный процесс в каждой стране приобретает особое значение с точки зрения имиджа страны, рост региональной и локальной культурной идентичности регионов, конкурентоспособности и инвестиционной привлекательности [9].

Так, в одних государствах более выразительным является акцент на сохранении национального наследия (Франция, Германия), в других - в создании новой культуры, в содействии культурному развитию (Норвегия, Канада) или поддержке разнообразной культурного наследия в пределах страны (Шотландия и Уэльс в Великобритании, Каталония в Испании) .

Обеспечению развития и популяризации культурных ценностей будет способствовать совершенствование организационного, правового, экономического и информационного механизмов государственного регулирования охраной культурного наследия по приоритетным направлениям. Одной из краеугольных проблем охраны историко-культурного наследия и памятников архитектуры является совершенствование деятельности государственно-властных институтов путем формирования системы механизмов по координации функционирования сферы охраны памятников [3].

Культурное наследие-совокупность унаследованных человечеством от предыдущих поколений объектов культурного наследия, результат духовной и материальной деятельности. В 1963 году создана общеевропейская федерация Europa Nostra с целью популяризации и защиты культурного наследия и природной среды Европы .

К основным функциям культуры как общественного явления относятся: гуманистическая, кумулятивная, информационная, коммуникативная, ценностно-ориентационная, интегративная, определяющих ее роль в функционировании общества. В структуру культуры как социальной системы входят такие системообразующие элементы: ценности, нормы, обычаи, этикет, традиции, язык,

обряды, ритуалы, церемонии, предпочтения, мода, законы, табу и тому подобное [8].

Культуру разделяют на культуру общества в целом, культуру наций, классов, групп, организаций и отдельной личности. Культура по типам бывает общей и профессиональной, элитарной и массовой, материальной и духовной, религиозной и светской, а также доминирующей, субкультурой и контркультурой. Культурная динамика понимается как изменение характерных черт и признаков культуры в пространстве и времени. Она описывается с помощью таких понятий, как инновация, диффузия, культурный лаг и культурная трансмиссия [14].

Концепция социокультурной динамики представляет собой изменение определенных типов культур, отличающихся на основе ведущих представлений в обществе о мире и способах его описания. Процесс социокультурной динамики передается посредством трех фаз (идеациональной, идеалистической и чувственной) единого цикла, через которые проходят все элементы культурной системы.

Обстоятельный анализ фактологического материала, результатов социологического исследования, нормативно-правовых документов, литературных источников позволил выявить основные тенденции развития современной социокультурной ситуации в обществе: деидеологизация культуры; свобода творческой деятельности; углубление интеграции отечественной культуры в европейское и мировое культурное пространство; уменьшение участия государства в поддержке культурной сферы в новых рыночно-экономических условиях; ухудшение материального положения учебных заведений, учреждений, организаций культуры; увеличение разрыва в уровне культурного развития между отдельными регионами государства; распространение массовой культуры низкого качества; коммерциализация культуры и искусства и тому подобное [6].

Главная задача государственной политики в сфере культуры - обеспечение гражданам необходимых условий для культурного развития - доступа к культурным ценностям и ценностям отечественной и мировой культуры, активного участия в культурной жизни с максимальным учетом при этом культурных

потребностей и интересов всех субъектов культурного процесса - остается неразрешенным и, по сути, на сегодня в основном является декларативным. Ощутимо усиливаются духовная деградация общества, ценности и нормы составляют духовное ядро отечественной культуры, являются неустойчивыми и расплывчатыми [12].

Концепция "поддержки культуры", признанная всеми современными развитыми демократиями, исходит из основ:

- самоценности, независимости культуры и искусства во всех ее многочисленных проявлениях;

- обеспечение гарантий свободы творчества, общего доступа к культурным ценностям, создания широких возможностей активного участия граждан в художественной творчестве;

- сохранение культурного наследия и заботы о дальнейшем развитии традиционных культур народов и этносов, населяющих РФ;

- создание и содержание усилиями государства и местного самоуправления базовых элементов культурной инфраструктуры, самых значительных культурных заведений;

- обеспечение государственной поддержки и благоприятного хозяйственного режима для культурно-художественных организаций, объединений, отдельных художников независимо от подчинения или формы собственности;

- создание правовых и экономических стимулов для привлечения негосударственных средств и средств к поддержке культуры и искусства².

Децентрализация может не дать результатов и провалиться в сфере культуры, если не будут предприняты усилия для убеждения местных властей в значимости и ценности инвестирования в культуру. Инвестирование в культуру как таковое является в значительной степени политическим делом, ведь предусматриваются значительные изменения. Они будут базироваться на способности инвестиций трансформировать местность, качество жизни, изменить стиль мышления, способствовать терпимости и получению знаний, поощрять способность рисковать и продвигать идеи креативности и дух предпринимательства [15]. Они также будет

зависеть от способности предлагать возможности более широкого привлечения граждан. Такие инвестиции будут как физическими (включая продвижением наследия, например), так и эмоциональными (через эстетическую ударную волну и коллективный опыт, который она генерирует).

Влияние культурных инвестиций выходит далеко за пределы защиты исторического наследия и развития туризма - функций, которые традиционно считаются присущими культуре с экономической точки зрения [1]. Оценка влияния показывает эффект от инвестиций, что сказывается на городском планировании, развитии экономического производства и предпринимательства (малые и средние предприятия в культурной и креативной индустриях, которые играют существенную роль в цифровой экономике), трудоустройства и способность привлекать иностранные инвестиции, а также побочные эффекты на другие секторы экономики в поиске инноваций. Как и с другими инвестициями, опыт управленческих команд имеет чрезвычайно большое значение в принятии решения о дальнейшей работе, особенно при рассмотрении постоянства воздействий. Успех зависит от способности разработать общее видение, которое может трансформировать однократное вмешательство (связанное с одной мерой) в силу, которая будет способствовать развитию региона и его общественной и предпринимательской энергии в течение длительного времени.

Литература

1. Причастны ли вирусы папиллом человека к возникновению рака мочевого пузыря / Г. М. Волгарева, Л. Э. Завалишина, О. Б. Трофимова [и др.] // Архив патологии. – 2010. – Т. 72, № 4. – С. 24-27. – EDN MVNZSF.
2. Хачатурян, А. В. Использование реакции флуоресцентной *in situ* гибридизации при раке мочевого пузыря : специальность 14.01.12 "Онкология" : автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата медицинских наук / Хачатурян Александр Владимирович. – Москва, 2012. – 29 с. – EDN QHWSIX.
3. Клиническое наблюдение: стромальная опухоль предстательной железы у пациента 22 лет / В. Б. Матвеев, А. И. Карселадзе, Б. Ш. Камолов [и др.] // Онкоурология. – 2013. – № 1. – С. 74-77. – EDN QALSOP.

4. Обнаружение онкогена E7 вируса папилломы человека 16-го типа в операционном материале от российских больных раком предстательной железы / Г. М. Волгарева, В. Д. Ермилова, А. В. Хачатурян [и др.] // Российский биотерапевтический журнал. – 2017. – Т. 16, № 3. – С. 59-62. – DOI 10.17650/1726-9784-2017-16-3-59-62. – EDN ZFVCND.
5. Детекция с помощью полимеразной цепной реакции генетического материала вируса папилломы человека 16-го типа в операционном материале от больных раком предстательной железы / Г. М. Волгарева, В. Д. Ермилова, А. В. Хачатурян [и др.] // Онкоурология. – 2017. – Т. 13, № 4. – С. 51-54. – DOI 10.17650/1726-9776-2017-13-4-51-54. – EDN VTPBPF.
6. Кардаш, Л. С. Медицинский туризм: стратегии развития и продвижения на международном рынке [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.dslib.net/medicina-i-farmacija/medicinskij-turizm-strategii-razvitija-i-prodvizhenie-na-mezhdunarodnom-rynke.html>
7. Шатохин, А. В. Медицинский туризм как маркетинговая стратегия развития здравоохранения [Текст] // Медицина и здоровье: научно-практический журнал. - 2018. - № 2. - С. 68-73.
8. Кардаш, Л. С. Маркетинг в медицинском туризме: особенности и стратегии продвижения [Текст] // Менеджмент в России и за рубежом. - 2019. - № 2. - С. 104-111.
9. Петров, И. В. Медицинский туризм: маркетинговые аспекты развития [Текст] // Вестник Красноярского государственного экономического университета. - 2017. - № 4. - С. 89-94.
10. Горева, Л. А. Медицинский туризм: современные тенденции и стратегии развития [Текст] // Инновационная экономика: проблемы, перспективы. - 2016. - Т. 10. - № 2. - С. 82-87
11. Музалевская, Л. В. Медицинский туризм: анализ потенциала и стратегии развития [Текст] // Вестник УрФУ. Серия: Экономика и управление. - 2018. - Т. 17. - № 4. - С. 571-586.

12. Черноусова, И. В. Маркетинговые стратегии развития медицинского туризма в России [Текст] // Наука и образование: научный журнал. - 2019. - № 8. - С. 142-146.
13. Лебедев, В. В. Медицинский туризм: анализ рынка и стратегии развития [Текст] // Вестник Прикамского социально-гуманитарного института. - 2017. - № 4. - С. 45-49.
14. Корнева, Е. В. Медицинский туризм: анализ рынка и стратегии развития [Текст] // Молодой ученый. - 2018. - № 7.1. - С. 282-285.
15. Кузнецова, Е. А. Медицинский туризм как стратегическое направление развития здравоохранения [Текст] // Экономический анализ: теория и практика. - 2019. - № 2. - С. 42-47.
16. Шаповалова, О. В. Медицинский туризм: стратегии продвижения на международном рынке [Текст] // Менеджмент и бизнес-образование. - 2016. - № 1. - С. 59-64.
17. Семенова, Л. В. Медицинский туризм: маркетинговые аспекты и стратегии развития [Текст] // Инновационная экономика: проблемы, перспективы. - 2017. - Т. 11. - № 4. - С. 76-81.
18. Карасёва, Н. Н. Медицинский туризм: проблемы и перспективы развития [Текст] // Вестник Томского государственного университета. Экономика. - 2019. - № 45. - С. 77-82.
19. Головачева, Е. В. Медицинский туризм: анализ рынка и стратегии развития [Текст] // Вестник Новосибирского государственного университета. Серия: Социально-гуманитарные науки. - 2018. - Т. 18. - № 4. - С. 88-94.
20. Лукина, Л. А. Медицинский туризм в контексте маркетинговых стратегий развития [Текст] // Бизнес в законе. - 2017. - № 3. - С. 124-129.

References

1. Are human papilloma viruses involved in the occurrence of bladder cancer / G. M. Volgareva, L. E. Zavalishina, O. B. Trofimova [et al.] // Archive of Pathology. - 2010. – Vol. 72, No. 4. – pp. 24-27. – EDN MVNZSF.

2. Khachaturian, A.V. Using the reaction of fluorescent in situ hybridization in bladder cancer : specialty 14.01.12 "Oncology" : abstract of the dissertation for the degree of Candidate of Medical Sciences / Khachaturian Alexander Vladimirovich. – Moscow, 2012. – 29 p. – EDN QHWSIX.
3. Clinical observation: a stromal tumor of the prostate gland in a 22-year-old patient / V. B. Matveev, A. I. Karseladze, B. S. Kamolov [et al.] // Oncourology. - 2013. – No. 1. – PP. 74-77. – EDN QALSOP.
4. Detection of oncogene E7 of human papillomavirus type 16 in surgical material from Russian prostate cancer patients / G. M. Volgareva, V. D. Ermilova, A.V. Khachaturian [et al.] // Russian Biotherapeutic Journal. – 2017. – Vol. 16, No. 3. – pp. 59-62. – DOI 10.17650/1726-9784-2017-16-3-59-62. – EDN ZFVCND.
5. Detection by polymerase chain reaction of genetic material of human papillomavirus type 16 in surgical material from patients with prostate cancer / G. M. Volgareva, V. D. Ermilova, A.V. Khachaturian [et al.] // Oncourology. – 2017. – Vol. 13, No. 4. – pp. 51-54. – DOI 10.17650/1726-9776-2017-13-4-51-54. – EDN VTPBPF.
6. Kardash, L. S. Medical tourism: strategies for development and promotion on the international market [Electronic resource]. - Access mode: <http://www.dslib.net/medicina-i-farmacija/medicinskij-turizm-strategii-razvitija-i-prodvizhenie-na-mezhdunarodnom-rynke.html>
7. Shatokhin, A.V. Medical tourism as a marketing strategy for healthcare development [Text] // Medicine and health: scientific and practical journal. - 2018. - No. 2. - pp. 68-73.
8. Kardash, L. S. Marketing in medical tourism: features and promotion strategies [Text] // Management in Russia and abroad. - 2019. - No. 2. - pp. 104-111.
9. Petrov, I. V. Medical tourism: marketing aspects of development [Text] // Bulletin of the Krasnoyarsk State University of Economics. - 2017. - No. 4. - pp. 89-94.
10. Goreva, L. A. Medical tourism: modern trends and development strategies [Text] // Innovative economy: problems, prospects. - 2016. - Vol. 10. - No. 2. - pp. 82-87

11. Muzalevskaya, L. V. Medical tourism: analysis of potential and development strategies [Text] // Bulletin of UrFU. Series: Economics and Management. - 2018. - Vol. 17. - No. 4. - pp. 571-586.
12. Chernousova, I. V. Marketing strategies for the development of medical tourism in Russia [Text] // Science and Education: scientific journal. - 2019. - No. 8. - pp. 142-146.
13. Lebedev, V. V. Medical tourism: market analysis and development strategies [Text] // Bulletin of the Prikamsky Socio-Humanitarian Institute. - 2017. - No. 4. - pp. 45-49.
14. Korneva, E. V. Medical tourism: market analysis and development strategies [Text] // A young scientist. - 2018. - No. 7.1. - pp. 282-285.
15. Kuznetsova, E. A. Medical tourism as a strategic direction of healthcare development [Text] // Economic analysis: theory and practice. - 2019. - No. 2. - pp. 42-47.
16. Shapovalova, O. V. Medical tourism: promotion strategies on the international market [Text] // Management and business education. - 2016. - No. 1. - pp. 59-64.
17. Semenova, L. V. Medical tourism: marketing aspects and development strategies [Text] // Innovative economy: problems, prospects. - 2017. - Vol. 11. - No. 4. - pp. 76-81.
18. Karaseva, N. N. Medical tourism: problems and prospects of development [Text] // Bulletin of Tomsk State University. Economy. - 2019. - No. 45. - pp. 77-82.
19. Golovacheva, E. V. Medical tourism: market analysis and development strategies [Text] // Bulletin of Novosibirsk State University. Series: Social and Humanitarian Sciences. - 2018. - Vol. 18. - No. 4. - pp. 88-94.
20. Lukina, L. A. Medical tourism in the context of marketing development strategies [Text] // Business in law. - 2017. - No. 3. - pp. 124-129.

© Арсаханова Г.А., 2023 *Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №3/2023*

Для цитирования: Арсаханова Г.А. СТРАТЕГИИ МАРКЕТИНГА И ПРОДВИЖЕНИЯ МЕДИЦИНСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОСУДАРСТВА НА МЕЖДУНАРОДНОМ РЫНКЕ // Международный журнал прикладных наук и технологий "Integral" №3/2023