

3.2. АНАЛИЗ ТЕНДЕНЦИЙ РАЗВИТИЯ И ЗНАЧИМОСТИ СФЕРЫ ТУРИЗМА В МИРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ

Искаджян С.О., аспирант кафедры прикладной математики;

Киселева И.А., д.э.н., проф., проф. кафедры прикладной математики

Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)

В статье изучается туристическая сфера мировой экономики. Целью работы является оценка ее значимости в мировом валовом внутреннем продукте (ВВП) и национальных экономик отдельных стран. Сфера туризма имеет множество характерных особенностей, которые могут быть привлекательными для долгосрочного экономического развития. В ряде стран туризм считается главным вектором развития и обеспечивает основную часть ВВП, а в некоторых странах до сих пор считается непроизводственным и игнорируется. В статье туризм рассматривается как продуктивное и перспективное направление в мировом масштабе, а также изучаются проблемы, связанные с его неравномерным развитием в отдельных регионах. Предложена модель управления влияющими на процесс ценообразования факторами в соответствии с долгосрочными целями развития турпредприятия. Математический тип зависимости тарифа и факторов ценообразования определяется регрессионным методом.

ВВЕДЕНИЕ

Структура мировой экономики меняется под воздействием научно-технического прогресса. Нововведения и открытия в различных отраслях находят свое практическое применение в рыночной экономике, целью которой является удовлетворение потребительского спроса. Потребительский спрос у людей, в свою очередь, безграничен. Структура мирового рынка под влиянием изменений потребительского спроса, основой которой является экономический рост, претерпела кардинальные изменения. Сервисный сектор, который когда-то считался непродуктивным, занял основное, а для многих стран – и главное место в экономике. Сфера услуг в современном мире столь значима, что современная экономика удостоилась определения «сервисная» или же «экономика услуг». В этом контексте туристический сектор занимает весомую часть сферы услуг [2, с. 124]. Развитие международных отношений, транспортной инфраструктуры, технико-технологических возможностей, а также экономический рост планеты повлияли на качественные и количественные изменения в туристской индустрии. Несмотря на то, что доля туризма в мировом валовом внутреннем продукте (ВВП) за последние годы сократилась, темпы прироста числа путешественников и туристов стабильно увеличилось. Исходя из динамики показателей туристической сферы за последние десятилетия, можно безусловно утверждать, что в перспективе рынок будет развиваться как горизонтально, так и вертикально и во многом определит темпы развития мировой экономики.

Сфера услуг в контексте развития мировой экономики

Начиная со второй половины XX в., мировая экономика претерпела качественные изменения во многом под влиянием сервисного сектора. К 2012 г. в мировой торговле основная часть принадлежала именно рынку услуг, где туристский сектор отличался стабильными темпами развития. В табл. 1 продемонстрирована динамика мирового ВВП по отраслям.

Учены данные по 145 странам. Анализируя табл. 1, можно заметить, что ВВП планеты за пять лет практи-

чески удвоился, а отраслевая структура претерпела качественные изменения. Доля сервисной сферы стабильно увеличилась, составляя 110% прирост за рассмотренный период. Следует отметить, что положительная динамика сферы услуг происходит не за счет сокращения объема выпуска в других отраслях экономики, а за счет собственного потенциала. Благодаря научно-техническому прогрессу сфера обслуживания к 2010 г. обеспечила 50,371 трлн долл., что составило 63,4% мирового ВВП. С 2005 по 2010 гг. прирост сервисного сектора составил 108,2%. Можно заметить, что туристский сектор стабильно занимает примерно 3% от мирового ВВП, а за последние пять лет сократился в масштабах на 0,26%. Сокращение доли туристского сектора происходит под воздействием резкого темпа роста в других отраслях сферы обслуживания, а рынок в целом расширился в разы. Резкое сокращение рынка в объемах заметно лишь в 2008 г., что послужило причиной снижения динамики роста на 0,14%, что является крайне редким для данной отрасли.

Таблица 1

ДИНАМИКА СЕРВИСНОЙ И ТУРИСТСКОЙ СФЕРЫ В МИРОВОМ ВВП В 2005-2010 гг. [11, 13]

Показатель	Год					
	2005	2006	2007	2008	2009	2010
ВВП, млрд. долл.	43,600	65,950	65,610	69,620	70,170	79,450
Услуги, млрд. долл.	28,093	42,621	41,091	42,481	42,229	46,994
Доля ВВП, %	55.2	54.9	58	60.5	61.8	63.4
Рост, %	-	-0.3	2.9	2.5	1.3	1.6
Туризм, млрд. долл.	1319	1995	1985	2106	2123	2404
Доля ВВП, %	3,12	3,11	3,08	2,96	2,9	2,86
Рост, %	-	-0,01	-0,03	-0,14	-0,06	-0,04

Следует подчеркнуть, что представленная динамика туристских услуг не отражает всю значимость сферы для мировой экономики. В табл. 1 рассмотрен прямой вклад туруслуг в мировом ВВП по методологии расчета Статистической комиссии Организации Объединенных Наций. Значимость для мировой экономики существенно растет, если рассмотреть общий вклад туристской сферы в мировом ВВП. Сказанное отображено в рис. 1.

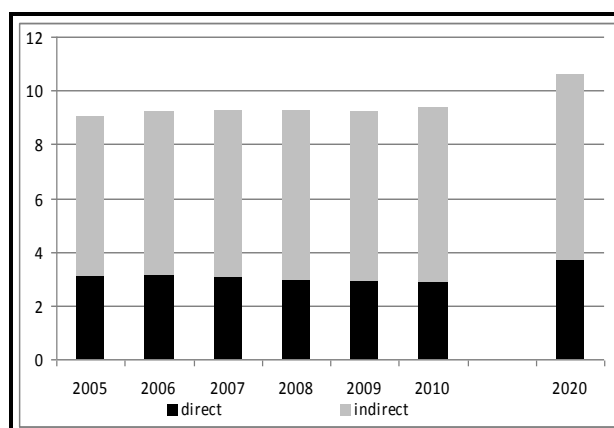


Рис. 1. Вклад туристской сферы в мировой экономике (% относительно ВВП) [13]

Как можно заметить, совокупный объем рынка, если учесть ее косвенное влияние, в структуре мировой экономики, только вырос. Характерные особенности данной отрасли – ее косвенное значение, как минимум в 1,5

раза превышает прямую значимость. Так, если прямой вклад турсферы в мировой экономике за 2005 г. составлял 3,12%, то косвенный 5,9%, в 2006 г. прямой 3,11%, а косвенный 6,1%. Подобная картина развития наблюдается в последующих годах рассмотренного периода, а в 2010 г. косвенное значение сферы было практически в два раза больше, чем прямое, составляя примерно 6,5%. По прогнозам Всемирного совета туризма и путешествий (WTTС), динамика роста как прямого, так и косвенного значения сферы будет продолжительной и в 2020 г. составит соответственно 3,7% и 6,9% от мирового валового продукта.

Развитие туристической сферы в мире и в отдельных регионах

Экономика многих стран находится в зависимости от сферы обслуживания, а в некоторых странах туристический сектор является основным видом хозяйственной деятельности. Сказанное особо актуально для стран с особыми географическими и природными данными, где совокупное влияние сферы только растет. Подобный уровень развития и экономики связан не столько с интенсивным развитием туристской инфраструктуры, геополитических процессов и экономической интеграцией стран, сколько с динамикой потребительского спроса. Благополучие людей за последние десятилетия стабильно растет, что непосредственно влияет на число путешественников, которое за последние 15 лет практически удвоилось. Динамику численности путешественников за последние десятилетия можно рассмотреть графически (рис. 3).

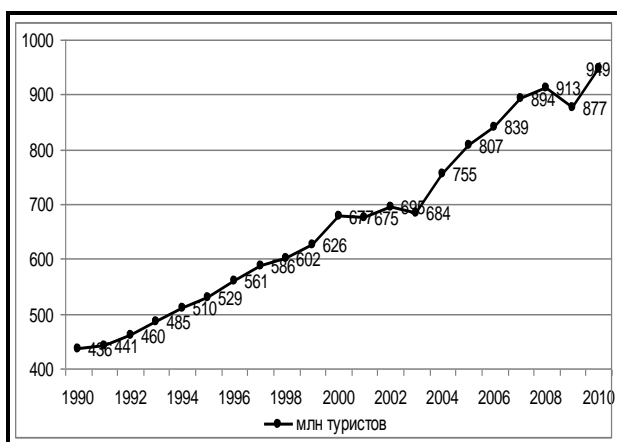


Рис. 2. Численность международных туристов и путешественников 1990-2010 гг. [11]

Как можно заметить, международный туризм стабильно растет за последние 20 лет. Благодаря научно-техническому росту, геополитической ситуации, а также повышению уровня жизни населения, число международных туристов растет на 2-10% ежегодно. Если в 1990 г. численность туристов составила всего 436 миллионов, то за пять лет количество туристов увеличилось на 74 миллиона, достигнув исторической отметки 510 млн. чел. Динамика роста не наблюдалась только в 2001 г., когда численность туристов сократилась на 2 миллиона, в 2004 г., когда сократилась на 11 млн. чел., и в 2009 г., когда сократилась на 36 млн. чел. За резкими спадами, как можно заметить, следуют резкие подъемы, компенсируя сокращения. В 2010 г. численность путешественников достигло 949 млн. чел., демонстри-

руя прирост к 1990 г. на 217%. Сфера туризма стабильно росла и после 2010 г., достигнув исторической отметки в 1 млрд. туристов и путешественников в 2012 г. По прогнозам экспертов Всемирной туристической организации, численность международных туристов достигнет 1,8 млрд. в 2020 г., а через пять лет преодолет отметку второго миллиарда.

Следует отметить, что направление путешествий более чем на 50% составляют развитые регионы. Численность международных туристов по основным регионам следующее:

- Европа – 534 млн. путешественников (51% международных путешествий);
- Азия и Океания – 234 млн. путешественников (23% международных путешествий);
- Америка – 163 млн. путешественников (16% международных путешествий);
- Африка – 51 млн. путешественников (5% международных путешествий);
- Ближний Восток – 53 млн. путешественников (5% международных путешествий) [11].

Европейский регион, как видно, занимает основную долю рынка с 51%, что составляет около 458 млрд. долл. Восточная Азия вместе с Океанским регионом за последние десятилетия увеличивают свою долю в туристском секторе и с 2005 г. занимает более чем 20% рынка, а в 2012 г. 23%, что составляет 234 млн. туристов (или 324 млрд. долл.). Рынок Содружества Независимых Государств (СНГ) в этом контексте резко отстает от лидеров рынка, занимая весьма скромные позиции, учитывая географические, природные и историко-культурные возможности региона. Самой привлекательной для международных туристов страной среди стран бывшего СССР является Российская Федерация, где численность международных туристов за 2013 г. составила около 30 млн. туристов. Но рост сферы ежегодно составляет 10-15% и, несмотря на то, что сравнивая с аналогичным показателем Китая (30-35%), резко отстает, по оценкам специалистов Всемирного совета по туризму и путешествиям, в 2015 г. РФ войдет в пятерку лидеров самых привлекательных для туризма и путешествий стран, если сохранит имеющиеся темпы модернизации средств.

Множество стран, занимающие маленькую долю мирового туррынка, имеют высокую специализированность в этом секторе обслуживания, о чем гласят данные структуры ВВП. Оценить уровень специализации страны можно, рассчитав индекс специализированности [6, с. 220], по формуле (1):

$$S = ВВП * (V_{\text{экс}} / V_{\text{имп}}), \tag{1}$$

где

$V_{\text{экс}}$ – объем экспорта услуг;

$V_{\text{имп}}$ – объем импорта услуг.

Исходя из данной формулы, можно сказать, что сервисная отрасль в странах с особыми климатическими и географическими условиями занимает основное место в ВВП. Так, 97,1% ВВП Макао, 95,4% Каймановых островах, 95% Монако, 78% Антигуа и Барбуда занимает туристическая сфера. Как можно заметить, в туристской сфере особо специализированы маленькие страны, которые могут обслуживать туристов ежегодно. Данный показатель для таких туристических держав, как Франция, Германия, Япония, США, Испания, Греция и т.д., не превышает 50%. Рассматривая структуру туризма в данных странах, можно заметить, что параллельно большому объему экспорта они имеют большой объем импорта

услуг туристского предназначения. Данная особенность является результатом высокого экономического развития стран, под влиянием которого потребительский спрос туристских услуг у людей занимает весомую часть доли расходов. Исходя из сказанного, для стран с большим количеством выездных туристов имеет смысл исследовать степень специализированности, учитывая социально-экономические особенности страны [4, с. 183]. В частности, целесообразно использовать соотношения данных показателей, рассчитав для высокоурбанизированных и туристских регионов по отдельности.

Для развивающихся стран коэффициент специализированности в туристском секторе, как правило, не превышает 50%. В отличие от развитых стран, где имеет место высокий объем импорта, в развивающихся странах показатель отображает незначимое воздействие туристской индустрии в экономике страны. Страны СНГ являются развивающимися с переходными экономиками, но для них данный коэффициент также отражает малозначимость туристической сферы [7]. Но о том, что в странах Содружества сфера туризма развивается намного быстрее и эффективнее, чем в других развивающихся экономиках, можно убедиться, исследуя динамику показателя за последние десять лет. Следует подчеркнуть, что уровень специализированности в отдельных курортных регионах постсоветского пространства идентичен с показателями высокоспециализированных маленьких туристских стран (а в отдельных случаях имеет место более чем 95%-я ориентированность региональной экономики туристской сферы) [8].

Сфера туристического и экскурсионного обслуживания в современном мире постоянно растет. «Сложность управления туристическим бизнесом связана как с многоотраслевым характером производства туристических услуг, так и с многообразием причин, определяющих нестационарность и случайность факторов, влияющих на результаты бизнеса» [3, с. 244]. «Внедрение инновационных технологий в туризме не только окажет влияние на экономические подразделения данной отрасли, но и повлечет за собой развитие других хозяйственных секторов, и повлияет на различные стороны социально-экономической жизни общества» [5, с. 242].

Структурные изменения в мировой экономике меняют и структуру занятости населения. Занятость в сфере турсервиса стремительно растет под влиянием трех основных факторов:

- во-первых, масштабы туристского рынка за последние десятилетия стабильно расширяются как горизонтально, так и вертикально, принимая глобальное значение;
- во-вторых, научно-техническое развитие находит свое применение также в других отраслях экономики. Появление роботов и высокотехнологических оборудований стали причиной сокращения рабочих мест во многих отраслях. Сфера туризма характеризуется высокой зависимостью кадров, следовательно, расширение отрасли только увеличивает спрос на трудовые услуги, что и влияет на миграцию рабочих;
- в-третьих, сфера считается привлекательной и перспективной, по вышеперечисленным причинам, что и влияет на уровень предложения рынка труда.

В настоящее время одно из 11 рабочих мест на трудовом рынке мира принадлежит турсфере. Число рабочих мест в туризме растет в 1,5 раза быстрее, чем в любом другом секторе экономики. Каждые 2,5 секунды в сфере туризма создается новое рабочее место. Увеличение количества вакансий будет продолжаться

быстрыми темпами и дальше. По данным Всемирного совета по туризму и путешествиям, в 2015 г. количество рабочих мест на мировом туристском рынке составит более 500 млн. В туристской индустрии стран Европейского союза занято 65% всего работающего населения. Так, по разным оценкам, в среднем общее число людей, занятых в сфере обслуживания туристов (включая смежные отрасли), составляет в Великобритании 5%, во Франции – 10%, а в Италии – 15% от общего числа работающего населения. В настоящее время, по оценкам специалистов Всемирной конфедерации труда, в Евросоюзе возникла потребность в дополнительных трудовых ресурсах от 2,2 до 3,3 млн. чел.

Другая ситуация на рынке СНГ, где доля занятых в сфере обслуживания путешественников весьма невелика [1]. Доля занятых в сфере туризма РФ, по разным оценкам, составляет около 3 млн. чел. (включая смежные отрасли), что составляет примерно 4% от общего числа занятых, по данным Федеральной службы государственной статистики (Росстат). В других республиках СНГ данный показатель не превышает 2%, но, по оценкам экспертов, данная картина может резко измениться в ближайшем будущем при настоящих темпах развития сферы.

Корреляционно-регрессионный метод анализа ценообразующих факторов

Вне зависимости от особенностей рыночной среды успеха можно достичь в случае объективной оценки собственных возможностей, а также свойств различных факторов.

Для моделирования факторов ценообразования на рынке туристических услуг авторами предложена классификация ценообразующих факторов:

- потребительский спрос (f_1);
- конкуренция (f_2);
- каналы сбыта (f_3);
- государственная политика (f_4);
- производственный фактор (f_5);
- управленческий фактор (f_6);
- структурно-организационный фактор (f_7).

С целью управления процессом ценообразования была разработана модель, где тарифы находятся в прямой функциональной зависимости от рассмотренных факторов:

$$P = Y(f_1; f_2; f_3; f_4; f_5; f_6; f_7) \cdot \quad (2)$$

Каждая фирма принимает решения об уровне затрат в соответствии со своими стратегическими задачами. В процессе планирования турпакета для всех туристских фирм однозначны следующие принципы:

$$\frac{z}{s} + \frac{\sum (z_p + z_{im} + z_y)}{\sum P_i Q_i} \rightarrow \min ; \quad (3)$$

$$\sum P_i Q_i \geq \sum (P_i Q_i)_p ; \quad (4)$$

$$\sum P_i Q_i \rightarrow M ; \quad (5)$$

$$\overline{P_i} \geq P_i \rightarrow P_{ui} ; \quad (6)$$

$$T_u = 0 ; \quad (7)$$

$$\sum P_i Q_i - \sum S_i Q_i \geq 0 ; \quad (8)$$

где

Z – общие расходы фирмы, включающие общие производственные расходы, маркетинговые расходы связанные с продвижением фирмы, общие управленческие затраты;

S – объем продаж туров за определенный период;

$Z_{пр}$ – производственные расходы, связанные с оформлением i -го турпакета;

Z_m – маркетинговые расходы, связанные с продвижением i -го турпакета;

$Z_{у}$ – управленческие расходы, связанные с организацией i -го турпакета;

$\Sigma P, Q$ – объем продаж i -го турпакета за определенный период, при том;

$\Sigma (P, Q)_p$ – запланированный объем продаж i -й услуги за определенный период;

M – объем продаж на данном сегменте рынка за определенный период всеми поставщиками данного типа услуг;

\bar{P}_i – средняя рыночная стоимость тура данного направления, или других направлений со схожими потребительскими свойствам;

$P_{ли}$ – тарифы турпакета, предложенные лидером рынка;

P_f – тарифы турпакета, предложенные фирмой;

T_v – штрафы, налоги, взыскания и т.д;

$\Sigma s, q_i$ – себестоимость i -го турпакета.

В разработанной модели предлагается оценить взаимосвязь факторов, определяющих уровень тарифов, их значение в процессе формирования рыночных тарифов с помощью корреляционно-регрессионного метода. Корреляционное изучение необходимо для определения взаимосвязей между факторами ценообразования, а также оценки влияния каждого из них на процесс ценообразования в различных условиях рыночной среды. Коэффициенты частной и парной корреляции формируют базу исследования, характеризую специфику связей.

Существенность связей необходимо оценить с помощью критерия Стьюдента [10]. Если критическое значение критерия Стьюдента не превышает расчетное значение, то полученные коэффициенты значимы и их результаты отражают связь между двумя компонентами.

Конкретный вид зависимости тарифа от определяющих компонентов можно получить с помощью регрессионной модели, препятствием построения которой, как известно, может быть мультикорреляция между исследуемыми признаками. Не существует стандартных методов обнаружения мультикорреляции, но если коэффициент парной корреляции для объясняющих факторов меньше 0,8, т.е. $|r_{ij}| < 0,8$, значит, мультикорреляция отсутствует, в противном случае следует рассмотреть влияние наиболее значимого фактора для тарифа, предполагая, что управление им непосредственно ведет за собой управление зависимого от него компонента.

Регрессионную модель можно получить с помощью встроенной функции программного обеспечения MS EXCEL.

Уравнение регрессии, которое показывает конкретный тип зависимости, в данном случае определяется семью факторами:

$$P_{f_1 : f_2 : f_3 : f_4 : f_5 : f_6 : f_7} = a_0 + a_1 f_1 + a_2 f_2 + a_3 f_3 + a_4 f_4 + a_5 f_5 + a_6 f_6 + a_7 f_7. \quad (9)$$

Значимость построенного регрессионного уравнения следует в первую очередь проверить с помощью критерия Фишера. Если модель значима, а коэффициенты определяющих факторов соответствуют требованиям значимости, то они определяют динамику тарифов при единице изменения конкретного фактора. Но на практике редко все факторы являются значимыми, поскольку рыночная среда изменчива. Необходимо поочередно исключать из модели незначимые компоненты до получения значимых признаков модели.

Заключение

Можно сделать определенный вывод, что сервисная сфера туризма развивается наподобие рынка промышленности XIX-XX вв. Развитые страны уделяют основное внимание более наукоемким, «дорогим» сферам услуг, которые обеспечивают высокие темпы экономического развития, повышение уровня жизни, а также считаются более экономичными и перспективными по отношению к окружающей среде и истощаемым ресурсам. А развивающиеся страны привлекательны для туристов, только если имеют географические особенности, но по уровню обслуживания, и в целом от мировых темпов развития туристской индустрии, принятых в ней стандартов, резко отстают.

Эволюция мировой экономики должна стимулировать развитие сферы сервисного обслуживания туристического направления в странах, которые пока еще не осознали всю привлекательность данной сферы.

Для системного изучения процесса ценообразования и оценки значимости каждого фактора в работе был выбран корреляционно-регрессионный метод. С помощью корреляционного метода оценивается уровень зависимости между факторами ценообразования. Регрессионный метод позволяет дать математическую оценку степени зависимости тарифов от представленных факторов.

Литература

1. Бреев Б. Рост занятости в сфере услуг и проблемы подготовки кадров [Текст] / Б. Бреев, А. Нанавян // Общество и экономика. – 2000. – №11-12. – С. 119-120.
2. Киселева И.А. Моделирование рисков ситуаций [Текст] : учеб.-метод. комплекс / И.А. Киселева ; Евразийский открытый ин-т. – М. : МЭСИ, 2011. – 152 с.
3. Киселева И.А. Оптимизационная модель развития туризма [Текст] / И.А. Киселева, Б. Цэцгээ // Аудит и финансовый анализ. – 2005. – №2. – С. 244-245.
4. Киселева И.А. Риски при реализации инновационного проекта в туристической отрасли [Текст] / И.А. Киселева, А.М. Трамова // Аудит и финансовый анализ. – 2012. – №2. – С. 182-185.
5. Киселева И.А. Моделирование инвестиционной привлекательности туристической отрасли региональной экономики (на примере Кабардино-Балкарской Республики) [Текст] / И.А. Киселева, А.М. Трамова // Аудит и финансовый анализ. – 2010. – №6. – С. 241-246.
6. Киселева И.А. Анализ особенностей инвестиционной политики Кабардино-Балкарской Республики [Текст] / И.А. Киселева, А.М. Трамова // Экономические науки. – 2009. – №50. – С. 219-222.
7. Медведев В.А. Перед вызовами постиндустриализма: взгляд на прошлое, настоящее и будущее экономики России [Текст] / В.А. Медведев. – М., 2003. – С. 224.
8. Российский союз туриндустрии [Электронный ресурс]. http://www.rustourunion.ru/pages/rus/gor/dlya_prof/statistika
9. Хрусталева Е.Ю. Роль экологического туризма в развитии экономики региона (на примере Карачаево-Черкесской Республики) [Текст] / Е.Ю. Хрусталева, А.С. Боташева // Региональная экономика: теория и практика. – 2011. – №28.

10. Хайман Д.Н. Современная микроэкономика: анализ и применение [Текст] / Д.Н. Хайман. – М. : Финансы и статистика, 1992. – 159 с.
11. World travel & tourism counsil. <http://www.wttc.org> Travel & Tourism Economic impact 2013 World.
12. Nationmaster. http://www.nationmaster.com/graph/eco_gdp_com_by_sec_ser-economy-gdp-composition-sector-services
13. Travel & tourism. Economic impact. 2013. <http://www.wttc.org> Rochelle Turner Travel & Tourism Economic impact 2013.

Ключевые слова

Туристическая сфера; туризм; мировая экономика; валовой внутренний продукт; туристы; международный туризм; регрессионная модель.

Искаджян Симон Оганнесович

Киселева Ирина Анатольевна

РЕЦЕНЗИЯ

В данной работе авторы исследуют туристскую индустрию мировой экономики. Предметом исследования является туристская деятельность, характерные особенности ее развития, значение для отдельных регионов нашей планеты.

Актуальность работы обусловлена динамикой мирового валового внутреннего продукта (ВВП), где сервисный сектор является основным, а доля туристской сферы стабильно растет на протяжении последних десятилетий. Актуальность исследования связана с увеличением численности международных туристов, ростом инвестиционной привлекательности сферы, разносторонним ее развитием во всех регионах мира.

Научная новизна и практическая значимость. Центральным вопросом является определение значимости туризма для мировой экономики, где авторы с помощью графиков и таблиц, характеризующих динамику сферы в контексте ВВП, показывают ее значимое влияние в мире, в отдельных регионах, а также в конкретных странах. В статье обоснованно на первый план выдвигается вопрос о неравномерном развитии данной сферы. С помощью предложенного коэффициента специализированности предлагается оценить развитие каждой страны или региона в международном туризме.

Развитие туристского сектора является задачей не только местного значения для отдельных национальных экономик, но и имеет глобальное значение. Статья подчеркивает необходимость более усердной работы международных туристских организаций с теми странами, которые имеют ресурсы, но до сих пор не предприняли существенных мер для соответствующего развития сектора.

Стиль, логика и доступность изложения материала статьи соответствует научному характеру материала, выводы, полученные в статье, достоверны и обоснованы. Заключение: статья представляет собой самостоятельную, законченную научно-исследовательскую работу, выполненную на актуальную тему, на высоком теоретическом уровне, отвечает требованиям, предъявляемым к научным публикациям, и может быть рекомендована к опубликованию.

Касаев Б.С., д.э.н., проф., проректор по научной работе Института экономики и предпринимательства

[Перейти на Главное МЕНЮ](#)
[Вернуться к СОДЕРЖАНИЮ](#)