Журнал «Рекреация и туризм»
№ 1 (13) 2022

Главный редактор
Г. М. Романова — д.э.н., профессор, проректор по стратегическому развитию Сочинского государственного университета

Председатель редакционного совета
Г. А. Карпова, доктор экономических наук, профессор, зав. кафедрой экономики и управления в сфере услуг Санкт-Петербургского государственного экономического университета, вице-президент Национальной академии туризма

Редакционная коллегия:

Г. М. Романова — главный редактор — д.э.н., профессор, проректор по стратегическому развитию Сочинского государственного университета
С.В. Гриненко — зам. главного редактора — д-р экон. наук, профессор
Т. Е. Гварлиани — д-р экон. наук, профессор
В. П. Ердакова — д-р техн. наук, профессор
Г. Д. Брюханова — д-р мед. наук
К. Н. Макаров — д-р техн. наук, профессор
М. С. Оборин — д-р экон. наук, к. геогр. наук

Редакционный совет:
А. Т. Быков (г. Сочи), д-р мед. наук, член-корр. РАМН, профессор
А.М. Ветитнев (г. Сочи), д-р мед. наук, д-р экон. наук, профессор
Г.В.Давыденко (г. Москва) — председатель Общественного совета при Ростуризме
Г. А. Карпова (г. Санкт-Петербург), д-р экон. наук, профессор, вице-президент Национальной академии туризма (председатель редсовета)
Н.Н. Киселева (г. Пятигорск), д-р. экон. наук, профессор
В. И. Кружалин (г. Москва), д-р геогр. наук, профессор, вице-президент Национальной академии туризма
М.А. Морозов (г. Москва), д-р. экон. наук, профессор
Е.А. Павлов (г. Москва),канд. пед. наук, доцент
М.Ю. Шерешева (г. Москва), д-р экон. наук, профессор
В.Н. Шарафутдинов (г. Сочи), канд. экон. наук
С.Ю. Цехла (г. Симферополь), д-р. экон. наук, профессор

О журнале
Журнал «Профессорский журнал. Серия: рекреация и туризм» зарегистрирован в федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций. Свидетельство о регистрации средства массовой информации ПИ №ФС77-72037 от 26 декабря 2017 г.
Журнал будет участвовать в формировании российского индекса научного цитирования (РИНЦ), а в дальнейшем планируется включение его в перечень ВАК, а также Web of Science.
Основная миссия журнала состоит в объединении усилий ученых по развитию единого поля научной коммуникации в такой междисциплинарной сфере деятельности, как рекреация и туризм.
Журнал освещает актуальные проблемы рекреации и туризма по трем основным аспектам: социально-экономическим, инженерно-экологическим и медико-биологическим.
Прием статей осуществляется по следующей номенклатуре научных специальностей:
08.00.05 Экономика и управление народным хозяйством
05.18.15 Технология и товароведение пищевых продуктов и функционального и специализированного назначения и общественного питания
05.13.06 Автоматизация и управление технологическими процессами и производствами (по отраслям)
13.00.04 Теория и методика физического воспитания, спортивной тренировки, оздоровительной и адаптивной физической культуры
14.02.03 Общественное здоровье и здравоохранение
14.03.11 Восстановительная медицина, спортивная медицина, лечебная физкультура, курортология и физиотерапия
25.00.24 Экономическая, социальная, политическая и рекреационная география.
03.02.08 Экология (по отраслям: экология человека)

Журнал включен в базу данных Российского индекса научного цитирования (РИНЦ)

Контакты редакционной коллегии «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм»:
354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94.;
Тел.: +7 (862) 264-86-27;
E-mail: science-dpt@mail.ru;

Заместитель главного редактора «Профессорского журнала. Серия: рекреация и туризм»:
доктор экономических наук, профессор
Гриненко Светлана Викторовна
8-(918)-400-40-61;
E-mail: profjournal@mail.ru

Учредитель
Общество с ограниченной ответственностью «Издательская группа «Юрист» (115035, г. Москва, Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)
Общероссийская общественная организация «Российское профессорское собрание» (115035, г. Москва, Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)
Некоммерческое партнерство «Образовательный консорциум Среднерусский университет» (248600, Калужская область, г. Калуга, ул. Гагарина, д.1)
Федеральное государственное бюджетное учреждение высшего образования «Сочинский государственный университет», адрес: 354000, г. Сочи, ул. Советская 26 а, e-mail: university@sutr.ru

Издатель
Общероссийская общественная организация «Российское профессорское собрание»
(115035, г. Москва, Космодамианская набережная 26/55, стр. 7)

Подписной индекс в объединенном каталоге «Пресса России» — 79622

СОДЕРЖАНИЕ

ОФИЦИАЛЬНО

Официальная рубрика 3

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА

Морозов Михаил Анатольевич,
Морозова Наталья Степановна.
Инфраструктурное обеспечение туристской деятельности
в условиях новой реальности 4

Черевичко Татьяна Викторовна,
Отнюкова Маринэ Сельбертовна.
Усадебный туризм – драйвер развития туристской
инфраструктуры в малых исторических городах 11

Алексушин Глеб Владимирович.
Поиск новых элементов туристской инфраструктуры 19

Королева Оксана Владиславовна.
Экологические тропы как фактор развития
устойчивого туризма на природных территориях.....24

Гриненко Светлана Викторовна,
Приходько Людмила Николаевна.
Анализ журналов и публикационной активности
в сфере туризма и рекреации 35

СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА: МОЛОДЕЖЬ НАУКЕ

Самохин Владислав Владимирович,
Анопченко Татьяна Юрьевна.
Повышение конкурентоспособности виноградарства
Краснодарского края под влиянием санкций
и стимулирования развития сельскохозяйственного сектора.....41

Тесалов Семен Евгеньевич,
Сердюкова Надежда Константиновна.
Этапы цифровизации в индустрии гостеприимства.....46

Арахамия Хатуна Емзариевна,
Фесенко Олеся Павловна.
Этническое разнообразие как фактор развития этнотуризма
на Северном Кавказе 51

ОБЩИЕ ПРАВИЛА оформления статей,
направляемых для опубликования
в журналах Российского профессорского собрания.....56

Первый выпуск журнала в новом году — это всегда новации.

В этом выпуске в разделе **СОВРЕМЕННЫЕ МЕХАНИЗМЫ И ТЕХНОЛОГИИ ПОДГОТОВКИ КАДРОВ ДЛЯ СФЕРЫ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА** мы представляем рубрику «Молодежь науке», в которой публикуем статьи молодых исследователей со своими руководителями — ведущими учеными в области туризма и рекреации.

Подготовка научных кадров — это приоритетная задача, для реализации которой необходимо реализовать в том числе поддержку публикационной активности молодых авторов. Поскольку это профессорский журнал — мы предоставляем право «ввести в науку» руководителям. В процессе работы над диссертацией каждый аспирант, магистрант предлагает интересные решения по различной тематике — в этом номере это развитие виноградарства как основы эногастрономического туризма в Краснодарском крае, это проблемы и пути их решения в области цифровизации процессов в туристской деятельности, это проект в сегменте этнографического туризма, весьма важный для многонационального Северного Кавказа.

Отметим также обзор журналов и публикационной активности в сфере туризма и рекреации, в котором представлена оценка возможностей для публикации результатов исследований в журналах различного уровня по двум категориям — «Экономика и экономические науки» и «Туристско-экскурсионное обслуживание». Надеемся представленный обзор будет полезен авторам, желающим опубликовать результаты своих исследований в области туризма и рекреации.

Мы приглашаем авторов из всех регионов России к сотрудничеству и публикациям!

Г.М. Романова, С.В. Гриненко

Уважаемые коллеги!

Приглашаем Вас принять участие в работе Международного туристского форума «Реализация национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» как инструмент трансформации экономики и социально-культурной сферы курортно-туристских дестинаций России» (далее — Форум), который состоится **с 18 по 21 мая 2022 года в городе Сочи** на базе ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет».

На площадках Форума состоятся мероприятия:

► Региональная площадка Краснодарской Региональной Общественной Организации ВЭО России IV международного Московского академического экономического форума (МАЭФ-2022)

► XIII Международная научно-практическая конференция «Олимпийское наследие и крупномасштабные мероприятия: влияние на экономику, экологию и социокультурную сферу принимающих дестинаций в условиях цифровизации» под эгидой Общероссийской общественной организации «Российское профессорское собрание»

► I Международный Форум — Выставка «Экспорт-ЮГ» с участием стран Черноморского экономического сотрудничества (ЧЭС)

КЛЮЧЕВЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ: Туризм и индустрия гостеприимства в реалиях современного мира; Влияние пандемии коронавируса на развитие индустрии туризма и гостеприимства. Лечебно-оздоровительный и медицинский туризм: новые факторы и перспективы развития; Совершенствование системы управления развитием внутреннего и въездного туризма., пространственное планирование дестинаций; Цифровая трансформация туристского рынка; Конкурентоспособность российского туристского продукта; Кластеризация туристского рынка и формирование межрегиональных турпродуктов; Оценка туристского потока: технологии, инструментарий; Образовательный, инклюзивный, детский туризм: практические задачи, комплексные и междисциплинарные исследования; Влияние туризма на развитие территорий и инфраструктуры туристских дестинаций; Трансформация экономики на туристских территориях; Подготовка кадров для индустрии туризма и гостеприимства; опыт, задачи, результаты функционирования Центров компетенций (развития управленческих компетенций) НОЦ мирового уровня; Развитие несырьевого экспорта, в том числе — в разрезе стран Черноморского экономического сотрудничества (ЧЭС).

Предварительная регистрация участников Форума и прием материалов осуществляются **до 10 мая 2022 г.** по адресу e-mail: turforum@sutr.ru

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-4-10

Инфраструктурное обеспечение туристской деятельности в условиях новой реальности

Infrastructural support of tourism activities in the new reality

Морозов Михаил Анатольевич
д.э.н., профессор,
Российский экономический университет им. Г.В.Плеханова, Россия
E-mail: mmorozov@bk.ru
Морозова Наталья Степановна
д.э.н., профессор, Российский новый университет, Россия
E-mail: sks@rosnou.ru

Mikhail Morozov
Doctor of Economics,
Professor, Russian University of Economics. G.V. Plekhanova, Russia
Natalya Morozova
Doctor of Economics, Professor, Russian New University, Russia

Аннотация: *целью исследования является изучение состава и содержания инфраструктурного обеспечения туристской деятельности. Показано, что инфраструктура туризма является важнейшей составляющей, без которой невозможно осуществлять туристскую деятельность. В ее состав входит общая инфраструктура, которая используется во всей социально-экономической жизни общества, а также специфическая туристская инфраструктура, предназначенная для обслуживания туристских потребностей. Особенностью туристской инфраструктуры является то, что она существенно отличается для различных видов туризма. Однако информационно-коммуникационная туристская инфраструктура играет особую роль в современных условиях и для всех видов туризма практически имеет один и тот же состав. С точки зрения устойчивого развития туризма и выполнения принципов ESG особое значение занимает экологическая инфраструктура, обеспечивающая сохранение и восстановление окружающей среды.*

Ключевые слова: *инфраструктура туризма, информационно-коммуникационное обеспечение, цифровизация, цифровые технологии, новая нормальность.*

JEL codes: Z32, J44

Abstract. *the purpose of the study is to study the composition and content of the infrastructure support for tourism activities. It is shown that the tourism infrastructure is the most important component, without which it is impossible to carry out tourism activities. It consists of a general infra-structure that is used in the entire socio-economic life of society, as well as a specific tourism infrastructure designed to serve tourism needs. A feature of the tourist infrastructure is that it differs significantly for different types of tourism. However, the information and communication tourism infrastructure plays a special role in modern conditions and practically has the same composition for all types of tourism. From the point of view of the sustainable development of tourism and the implementation of the principles of ESG, ecological infrastructure is of particular importance, ensuring the preservation and restoration of the environment.*

Keywords. *tourism infrastructure, information and communication support, digitalization, digital technologies, new normal.*

1. ВВЕДЕНИЕ

Развитие туристской деятельности обусловлено влиянием многих факторов, важнейшим из которых является наличие необходимой инфраструктуры. Туризм является уникальной сферой деятельности с точки того, что потребитель туристского продукта должен быть доставлен к месту его производства, т.е. в туристскую дестинацию, поэтому прежде всего формирование туристских потоков зависит от наличия транспортной инфраструктуры. Многие виды туризма предполагают создание специфических инфраструктурных объектов, которые требуют, как правило, больших инвестиционных вложений, поэтому развитие туристских дестинаций во многом зависит от их привлекательности для инвесторов. Специфические условия оказания туристских и гостиничных услуг, связанные с соблюдением строгих санитарно-эпидемиологических норм в связи с пандемией, также влияют на требования к туристской инфраструктуре. Инфраструктура туризма непосредственно влияет на качество предоставляемых туристских услуг и их конкурентоспособность.

Актуальность статьи обусловлена необходимостью совершенствования инфраструктурного обеспечения туристской деятельности с целью повышения конкурентоспособности туризма на внутреннем и международном туристском рынке.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Теоретическое вопросы исследования понятийного аппарата инфраструктуры рассмотрены в статье Бахтина М.Н., Кособуцкой А.Ю., Дядюна И.А. (Bakhtin and etc., 2020), в которой представлен генезис и развитие понятия инфраструктуры в работах зарубежных и отечественных исследователей. Авторы подчеркивают, что в настоящее время в научной литературе отсутствует единое общепринятое понятие инфраструктуры, и определяют инфраструктуру как интегральную экономическую категорию, создающую условия для устойчивого производства, товарного обмена, жизнеобеспечения и пространственной целостности территории.

Следует отметить ряд исследований Стояновой О.Ф. (Stoyanova, 2021), Усковой Т.В. (Uskova, 2021), в которых рассматриваются вопросы транспортной инфраструктуры как фактора развития регионов, обеспечения связанности экономического пространства и важнейшей составляющей национальных проектов.

Достаточно много исследований посвящено изучению региональных туристских инфраструктур, в частности статьи Кукушкиной А.В., Гусевой С.Е. (Kukushkina & Guseva, 2021), Ивлиевой О.В., Шмытковой А.В. (Ivlieva & Shmytkova, 2019), Османовой С.Б., Газалиевой Н.И. (Osmanova & Gazalieva, 2019) и др.

Развитие цифровой экономики и соответствующей инфраструктуры рассмотрено в работах Толмасова Р.С. (Tolmasov, 2022), Морозова М.М. (Morozov, 2017, 2018), Абгалдаева В.Ю., Цыбикдоржиевой Ж.Д., Шапхаева Б.С. (Abgaldaev and etc., 2021), Хоменко Е.Б., Ватутиной Л.А., Злобиной Е.Ю. (Khomenko and etc., 2021) и др.

Вопросы формирования и применения новой цифровой информационно-коммуникационной туристской инфраструктуры рассмотрены в работах Морозова М.М. (Morozov, 2018), Морозова МА, Морозовой Н.С. (Morozov & Morozova, 2020) и др.

Особую важность имеет изучение проблем, связанных с финансированием создания туристской инфраструктуры, которым посвящены работы Захарова К.С. (Zakharov, 2019), Лочан С.А., Коровина Д.И., Федюнина Д.В. (Lochan and etc., 2021), Рыбак М.В., Спатарь-Козаченко Т.И., Кругловой А.М., Таракановой О.В., Крыловой Т.В (Rybak and etc., 2021) и др.

Влияние новой реальности на туризм и инфраструктуру изучено в работах Buevich A.P. (Buevich, 2020), Pardo C., Ladeiras A. (Pardo & Ladeiras, 2020), Yeoman I.S. (Yeoman, 2020) и др.

Однако вопросы инфраструктурного обеспечения туристской деятельности в условиях новой реальности и с учетом национальных проектов в научной литературе не нашли должного отражения, что обусловило тематику данного исследования.

Таблица 1

Классификация инфраструктуры

Признак классификации	Классы (группы)
Функциональное назначение	— производственно-технологическая — непроизводственная (социальная, институциональная экологическая)
Масштаб	— мегауровень (международный) — макроуровень (страновой) — мезоуровень (региональный) — микроуровень (уровень предприятия)
Тип оказываемых инфраструктурных услуг	— транспортная — связь и телекоммуникации (газо-, электро-, тепло-, водоснабжение) — связь и телекоммуникации — информационная — цифровая — инновационная и др.
Сфера деятельности	— инфраструктура предпринимательства — финансовая — инвестиционная — экологическая и др.

**составлено авторами*

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

При проведении исследования применялись методы монографического и экономико-аналитического анализа, которые позволили выявить основные проблемы в развитии туристской инфраструктуры с учетом влияния на нее ключевых факторов.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Для функционирования любой туристской системы на макро-, мезо- или микроуровне должна быть создана соответствующая инфраструктура. Обычно под инфраструктурой понимается совокупность подсистем и объектов, которые обеспечивают деятельность определенной функциональной системы, в нашем случае туристской (Morozov, 2006). Инфраструктура занимает более низкий иерархический уровень по сравнению с основной системой и строится в зависимости от ее потребностей. Качество самой инфраструктуры во многом определяет качество производимых продуктов и услуг.

Различают множество видов инфраструктуры, которые можно классифицировать следующим образом (таблица 1).

Туристскую инфраструктуру (инфраструктуру туристской индустрии) можно определить как совокупность взаимосвязанных инфраструктурных элементов и туристских ресурсов, обеспечивающих создание условий для обеспечения устойчивой туристской деятельности (Morozov & Morozova, 2019). В настоящее время особое внимание в рамках национальных проектов уделяется созданию региональной инфраструктуры, которая обеспечивает успешное развитие региональной экономики (Morozov and etc., 2019). Следует отметить, что уровень развития туристской инфраструктуры в региональном разрезе существенно отличается и зависит от многих факторов, в том числе от наличия туристских ресурсов, развиваемых в регионе видов туризма, возможности привлечения инвестиций, активности предпринимательской деятельности в сфере туризма, заинтересованности

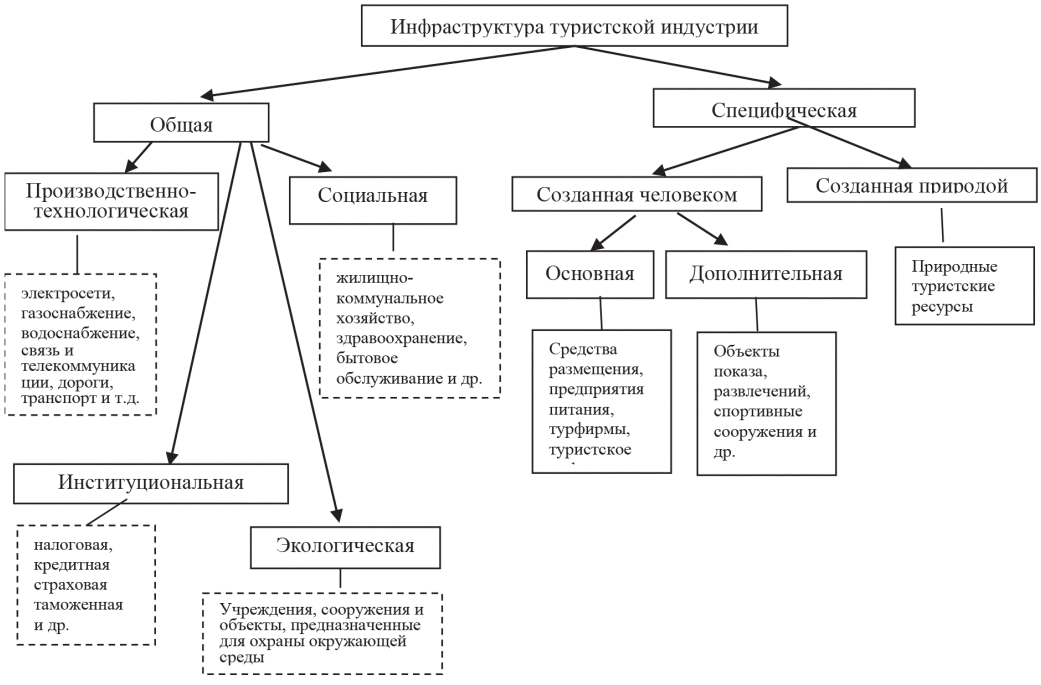

Рисунок 1. **Состав инфраструктуры индустрии туризма**

региональных органов в развитии туризма и др. (Morozov & Morozova, 2021)

Состав инфраструктуры туристской индустрии представлен на рисунке 1.

Общая инфраструктура создается в рамках всей национальной экономики и используется различными предприятиями. Обычно ее создание финансируется за счет государственного бюджета или в рамках государственно-частного партнерства.

Специфическая инфраструктура используется в основном в рамках туристской и смежных видов деятельности. В зависимости от вида туризма состав специфической инфраструктуры существенно различается, например, для культурно-познавательного туризма ключевое значение имеют музеи, архитектурно-исторические памятники и другие туристские достопримечательности. Для экологического туризма необходимы природные туристские ресурсы, включая заповедники, особо охраняемые природные территории и т.п. Особая инфраструктура создается для организации детского туризма и к ней предъявляются повышенные требования безопасности и пр. (Morozov, 2004).

Особое значение отводится специфической туристской информационно-коммуникационной инфраструктуре, которая обеспечивает информационное сопровождение всей туристской деятельности (Morozov M.A. & Morozov M.M., 2019). Сюда относятся системы бронирования туристских услуг, туристско-информационные центры (ТИЦ), туристские порталы, социальные сети в части освещения туризма и т.п. Создание цифровой туристской инфраструктуры способствует формированию привлекательности туристских дестинаций, что позволяет обеспечить рост в нее туристских потоков (Morozov & Morozova, 2016).

Финансирование создания туристской инфраструктуры осуществляется в основном за счет частных инвестиций и в рамках национальных проектов. В рамках национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» предусмотрен

федеральный проект «Развитие туристской инфраструктуры», рассчитанный до 2030 года. Проект развития туристской инфраструктуры предусматривает создание и реконструкцию средств размещения, строительство многофункциональных комплексов туристской инфраструктуры, софинансирование строительства и реконструкции объектов обеспечивающей (общей) инфраструктуры с длительным сроком окупаемости.

Мировая практика создания туристской инфраструктуры говорит о том, что инвестиционные проекты по созданию общей инфраструктуры обычно финансируются государством с привлечением частных инвестиций, что позволяет обеспечить привлекательность этих проектов для инвесторов с точки зрения не только экономической, но и репутационной. Следует отметить, что в национальном проекте «Туризм и индустрия гостеприимства» предусмотрена целевая субсидия из федерального бюджета на софинансирование реконструкции и строительства объектов общей инфраструктуры, имеющих длительный срок окупаемости. Эти субсидии будут предоставляться субъектам Российской Федерации. Кроме того, предусмотрены инновационные меры поддержки финансирования проектов для развития туристской инфраструктуры в форме облигаций специализированных обществ проектного финансирования, а также возмещение затрат на присоединение инфраструктурных объектов к газо- и электрическим сетям.

Предусмотрена также льготная ставка кредитования для инвестиционных проектов в сфере туризма. В частности, уже реализуется программа льготного кредитования строительства и реконструкции средств размещения по ставке 3–5%, рассчитанная до 2024 года. Льготные условия кредитования предназначены для инвестиционных проектов по реконструкции и строительству отелей не менее трех звезд санаториев. Площадь отелей должна быть не менее 5000 кв. метров или количество номеров не менее 120. Долгосрочные кредиты выдаются на срок до 15 лет. На эту программу выделено 18,8 млрд рублей. Такие формы поддержки инфраструктурных проектов в сфере туризма должны оказать эффективное воздействие на развитие туристской индустрии в различных российских регионах.

Развитие индустрии туризма и гостеприимства в последние годы подвергается влиянию многих факторов, включая пандемию COVID-19 и глобальную цифровизацию. Они существенно изменяют состав туристской инфраструктуры таким образом, чтобы минимизировать личные контакты обслуживающего персонала и туристов и гостей отелей. Одним из наиболее значимых особенностей новой реальности (нормальности) выступает особый санитарно-эпидемиологический режим, который изменяет многие бизнес-процессы предприятий индустрии туризма и гостеприимства. В частности, переход к бесконтактному обслуживанию приводит к использованию удаленных (дистанционных) технологий работы, широкому использованию цифровых технологий, включая робототехнику, Интернет-вещей, искусственный интеллект, виртуальную и дополненную реальность, технологии обработки больших данных и др.

Исходя из концепции устойчивого развития туризма и соблюдения принципов ESG все большее значение имеет экологическая инфраструктура при организации туристской деятельности. Аббревиатура ESG означает Environment — ответственное отношение к окружающей среде, Social — обеспечение социальной ответственности, Governance — высокое качество корпоративного управления. Соблюдение принципов ESG при осуществлении туристской деятельности означает:

— ответственное отношение к окружающей среде, минимизация негативного влияния на нее в рамках туристской деятельности, включая соблюдение экологических требований, эффективное управление отходами, минимизация потребления воды и т.п. (E — принцип),

— ответственное отношение к туристам, работникам туристских предпри-

ятий, партнерам, обществу в целом, включая создание благоприятных и безопасных условий труда, отсутствие дискриминации по гендерному, расовому и другим признакам, обучение и развитие персонала с целью повышения профессиональных компетенций, формирование благожелательных отношений с туристами и местными сообществами, стейкхолдерами и т.п. (S-принцип),

—применение наилучших практик корпоративного управления, включая оптимизацию структуры управления туризмом, объективную оценку деятельности руководства и обоснованное вознаграждение топ-менеджмента, наличие стратегических планов развития с ученом ESG-принципов, высокую степень раскрытия информации о туристской деятельности, отсутствие мошенничества и коррупции и т.п. (G — принцип).

Выполнение ESG-принципов требует совершенствования всей инфраструктуры, включая общую и специфическую туристскую инфраструктуру. В частности, одним из примеров может служить создание экоотелей (зеленых) отелей, которые модифицируют все бизнес-процессы таким образом, чтобы обеспечить минимальное негативное влияние на окружающую среду. Применение технологий Интернета-вещей при совершенствовании инфраструктуры отелей также позволяет реализовать режимы экономного использования воды, электроэнергии, что соответствует принципам ESG.

Соблюдение ESG-принципов приводит к изменению состава инфраструктурного обеспечения туристской деятельности на всех уровнях управления туризмом.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проведенное исследование показало, что осуществление туристской деятельности предполагает использование общей и специфической инфраструктуры, которая с течением времени изменяется и совершенствуется. Основными факторами, повлиявшими на состав и содержание туристской инфраструктуры в настоящее время, является влияние пандемии, цифровизация, переход к устойчивому развитию и соблюдение принципов ESG. В эпоху всеобщей цифровизации и смены поколений значительно возрастает роль информационно-коммуникационного обеспечения туристской деятельности. Инфраструктура связи и телекоммуникаций приобретает особую важность для обеспечения всей туристской деятельности. От качества и стабильности предоставляемых информационно-коммуникационных услуг во многом зависит качество туристского продукта. Соблюдение ESG-принципов при осуществлении туристской деятельности требует модернизации всей туристской инфраструктуры, включая применение современных цифровых технологий.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Abgaldaev V.Yu., Tsybikdorzhieva Zh.D., Shapkhaev B.S. (2021). “New infrastructure”: concept and development trends. Economic Bulletin of the East Siberian State University of Technology and Management. 1 (11)., 4-15.
2. Bakhtin M.N., Kosobutskaya A.Yu., Dyadyun I.A. (2020). Genesis and development of the concept of “infra-structure” in the works of foreign and domestic researchers. Bulletin of the Voronezh State University. Series: Economics and Management. 2020. No. 1. S. 5-10.
3. Buevich A.P. (2020). New economic reality in the era of the COVID-19 pandemic. Self-government. 3 (120), 154-158.
4. Ivlieva O.V., Shmytkova A.V. (2019). Territorial organization of tourist infrastructure in the south of Russia. The science. Innovation. Technology. 3, 63-76.
5. Khomenko E.B., Vatutina L.A., Zlobina E.Yu. (2021). Entrepreneurial infrastructure in the context of digital transformation. Science and business: ways of development. 4 (118), 191-194.

6. Kukushkina A.V., Guseva S.E. (2021). Urban planning aspects of the transformation of the tourist infrastructure of the Crimean peninsula. New ideas of the new century: materials of the international scientific conference FAD PNU. 2, 195-201.
7. Lochan S.A., Korovin D.I., Fedyunin D.V. (2021). Features of administrative, financial and informational support for tourism infrastructure development projects. Management Accounting. 11-3, 618-623.
8. Morozov M. (2004). Analysis of the Russian children's tourism market. State, problems, prospects Tourism: practice, problems, prospects. 4, 36-41.
9. Morozov M. (2004). In Russia, children's tourism has a social status Tourism: practice, problems, prospects. 1, 26-30.
10. Morozov M.A, Morozova N.S., Morozov M.M., Moldazhanov M.B. (2019). Innovative development of the regional economy. Semey, PC "Intellect", 104 p.
11. Morozov M.A. (2006). Economics and entrepreneurship in socio-cultural service and tourism. M., Academy.
12. Morozov M.A., Morozov M.M. (2019). Digital communications as a tool for the formation of a single information space in tourism. Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society. 2, 69-72.
13. Morozov M.A., Morozova N.S. (2016). Attractive tourist destinations as a factor of its development. Journal of Environmental Management and Tourism. 7.1(13), 105-111.
14. Morozov M.A., Morozova N.S. (2020) Innovative trends in the development of tourism and hotel business in the context of digitalization. natural and humanitarian research. 28(2), 196-202.
15. Morozov M.A., Morozova N.S. (2021). Regional features of the development of tourist infrastructure and their impact on tourism. Regionology. 29, 3 (116),588-610.
16. Morozov M.A., Morozova N.S. (2019). The economics of tourism. M., Urayt.
17. Morozov M.M. (2017). Information and communication technologies in tourism. Sochi Journal of Economy. 11(4), 295-301.
18. Morozov M.M. (2018) Features of management of tourist systems in the conditions of the digital economy. Tourism: Law and Economics. 3, 7-10.
19. Morozov M.M. (2018). Information support of the tourism management process Bulletin of the Russian New University. Series: Man and Society. 1, 142-146.
20. Osmanova S.B., Gazalieva N.I. (2019). Effective Marketing Policy and Tourist Infrastructure of the Republic of Dagestan // Economics and Entrepreneurship. 1 (102), 438-440.
21. Pardo C., Ladeiras A. (2020). Covid-19 "tourism in flight mode": a lost opportunity to re-think tourism — towards a more sustainable and inclusive society. Worldwide Hospitality and Tourism Themes. 12(6), 671-678. DOI: 10.1108/WHATT-07-2020-0064.
22. Rybak M.V., Spatar-Kozachenko T.I., Kruglova A.M., Tarakanova O.V., Krylova T.V. (2021). State support in the formation of tourism infrastructure at the international level. Economy and entrepreneurship. 1(126), 66-69.
23. Stoyanova O.F. (2021). Transport infrastructure of the Russian Federation as the main component of national projects. Actual problems of modern transport. 2 (5), 12-18.
24. Tolmasov R.S. (2022). Information Economy Infrastructure: Current State and Development Forecast// International Research Journal. 2-3(116), 37-45.
25. Uskova T.V. (2021). Transport infrastructure as a factor in the development of territories and connectivity of the economic space. Problems of territory development. 25, 3,7-22.
26. Yeoman I.S. (2020). COVID_19 means the future of tourism is a blank piece of paper. Journal of Tourism Futures. Vol. 6. Iss. 2. P. 119. DOI: 10.1108/JTF-03-2020-0044
27. Zakharov K.S. (2019). Optimization of sources of financing for tourism infrastructure. Kant. 2 (31), 319-323.

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-11-18

Усадебный туризм — драйвер развития туристской инфраструктуры в малых исторических городах

Manor tourism is a driver of the development of tourist infrastructure in small historical cities

Черевичко Татьяна Викторовна
доктор экономических наук, профессор
E-mail: tvcherevichko@gmail.com

Отнюкова Маринэ Сельбертовна
кандидат социологических наук
E-mail: otn-marina@yandex.ru
Саратовский национальный исследовательский государственный университет
им. Н.Г. Чернышевского, г. Саратов, Россия

Tatyana Cherevichko
Doctor of Economics, Professor
Marine Otnyukova
andidate of sociological sciences
Saratov National Research State University N.G. Chernyshevsky, Saratov, Russia

Аннотация. *Исследования обнаруживают, что историческое и культурное наследие мотивирует современных туристов к путешествиям. Это определяет увеличение туристических потоков, положительный имидж региона и дальнейшее продвижение туристического продукта на рынке туризма. Общественный интерес к усадебной теме в России с каждым годом возрастает. Решение актуальной проблемы, заключающейся в развитии инфраструктуры малых городов, возможно посредством создания новых туристических достопримечательностей из дворянских усадеб, имеющихся на территории Саратовской области. Результаты проведенного социологического исследования показывают, что малые исторические города, имеющие старинные усадьбы и приусадебные парки в Саратовской области, как потенциальные объекты туристического интереса, могут стать ведущими культурными центрами региона, выполняя при этом одно из стратегических направлений развития нового культурного пространства. Усадебный туризм является одним из важных векторов развития туристической деятельности.*

Ключевые слова: *историческое наследие, усадебный туризм, малые города*

JEL codes: A14, A33, D12, E22, F60, F64, I28, L83

Abstract. *Studies show that historical and cultural heritage most often motivates modern tourists to travel. This determines the increase in tourist flows, the positive image of the region and the further promotion of the tourist product in the tourism market. Public interest in the estate theme in Russia is increasing every year. The solution to the urgent problem, which is the development of the infrastructure of small towns, is possible through the creation of new tourist attractions from the noble estates available on the territory of the Saratov region. The results of the conducted sociological research show that small historical towns with ancient estates and homestead parks in the Saratov region, as potential objects of tourist interest, can become the leading cultural centers of the region, while fulfilling one of the strategic directions for the development of a new cultural space. Manor tourism is one of the important vectors for the development of tourism activities.*

Keywords*: historical heritage, estate tourism, small towns*

1. ВВЕДЕНИЕ

Окончание 2019 года и начало 2020 года ознаменовалось приходом новой опасной болезни во всем мире. В первые дни пандемии туризм повсеместно столкнулся с такими проблемами, с которыми никогда не сталкивался. Введенное ограничение мобильности привело к противоречию с основным принципом туризма — это свободное перемещение в пространстве. Границы закрылись между странами, городами (например, Китай), появились санкции и ограничения на выход из дома. Все эти ограничения также отразились и на российском рынке туризма. Несмотря на большое число вопросов, которые пандемия создала для туристической отрасли, положительные изменения в текущей ситуации все же есть. Туристической индустрии пришлось адаптироваться к реальности, которая стала повседневной, разрабатывая и применяя инновационные формы и методы, определяя будущее путешествий. Сейчас уже многие эксперты отмечают ускоренный рост внутреннего туризма, открытие и разработку новых инновационных внутренних турпродуктов (Otnyukova, 2020, 2021). Традиционные допандемийные направления уже не устраивают современных туристов, организаторам и самим регионам нашей страны необходимо задуматься о разработке новых туристических мест и достопримечательностей, о новых стратегиях продвижении ресурсов своих территорий. Интенсивное развитие индустрии туризма может стать серьезным стимулом к активному исследованию и разработке усадебного туризма (Cherevichko and Otnyukova, 2020).

Современное развитие туристского бизнеса интенсивно продвигается во многих направлениях, одним из которых становится усадебный туризм, так как усадебные ансамбли имеют высокий исторический и художественный потенциал, а территории русских усадеб являются излюбленным местом культурного отдыха для огромного числа людей (Abankina, 2016; Aksenova, 2014).

Отметим, что в советское время дворянские поместья использовались чаще всего как музеи, иногда санатории или детские лагеря отдыха. Это, например, дома-усадьбы В.Г. Белинского, С.В. Рахманинова, П.И. Чайковского, Н.Г. Чернышевского и других, принадлежавшие известным поэтам, художникам, музыкантам, ученым, писателям, видным партийным и государственным деятелям и так далее. После распада Советского Союза и частичного ограничения, а кое-где и полного прекращения финансирования, данные музеи-поместья в другом качестве не нашли широкого применения. В настоящее время единичные примеры успешного функционирования усадеб как культурных центров, гостиниц и резиденций не меняют общей картины неумолимого исчезновения важного пласта архитектурного и культурного наследия страны (Dmitriyeva and Kuptsova, 2017; Golubeva and Toporina, 2011).

Классическая русская усадьба — это прежде всего красивое место, обычно у реки или естественных прудов. На холме возвышались дома, которые чаще всего были двухэтажными. Перед домом от входа был образован передний двор. По бокам располагались хозяйственные постройки, часто соединенные с домом крытыми переходами или колоннадами. С одной стороны, со стороны переднего двора находились скотный и конный дворы, амбары, другие хозяйственные постройки и фруктовый сад. С другой стороны, обычно строилась церковь. Рядом был разбит парк. Рядом с домом он был регулярным, состоял из прямоугольных посадок деревьев, цветочных клумб, а на расстоянии от дома превращался в пейзаж, занимавший большую часть усадьбы. В ландшафтном парке были аллеи, каскадные пруды с мостиками, павильоны, беседки, скульптуры и другие сооружения, напоминающие о разных странах и эпохах (Gorokhova, 2019; Krasnobayev, 2007; Tihonov, 2005).

Во время правления Елизаветы и Екатерины II обычной практикой поощрения царских дворян и сановников, военачальников и государственных деятелей стали «пожалования» земель на еще неосвоенных юго-восточных окраинах российского государства — в том числе на территории Саратовской губернии, организованной в 1781 году.

Известно, что до 1797 года земли в его границах получили — граф Д.А. Зубов — 89802 десятины, граф Н. Шереметев —

38185 десятин, генерал-лейтенант П.С. Потемкин — 21070 десятин, граф А.А. Безбородко — 18450 десятин, князь А.А. Вяземский — 11993 десятины, граф Н.И. Салтыков — 10007 десятин, князь А.Б. Куракин — 5448 десятин, князь Гагарин 1325 десятин и другие (Semonov and Semonov, 1998). «Награда» в те времена вообще не означала проживание, поэтому не все представители названных именитых дворянских родов посещали наш регион. А со временем пожалованные земли продавались, сдавались в длительную аренду, передавались по наследству дальним родственникам — из-за этого не так уж много вышеназванных высокородных отпрысков прижилось в Саратовской губернии. Однако к середине и к концу XIX века старые дворянские гнезда на правобережной территории, прилегающей к Саратову, были в значительном количестве.

Исследования показывают, что от числа усадеб с начала двадцатого века года на сегодняшний день сохранилось в разной степени всего 10% (Svedeniya iz Yedinogo, 2020). Сегодня мы теряем имения и поместья, как части национального культурного наследства по разным причинам, в основном — это обветшалость, пожары, варварство и вандализм, уничтожение под строительство новых коммерческих зданий. Очевидно, что созрела острая проблема сохранения оставшихся объектов культуры. Правительством РФ разрабатываются различные программы поддержки передачи усадеб в частные руки, поиск инвесторов, а с недавних пор предлагается программа приватизации. Возрождение и реставрация приводит к привлечению громадных денежных ресурсов, а таковыми, в особенности в условиях крайних событий, обладают в основном самые крупные инвесторы (Russkaya usad›ba, 2022).

Как следует из анализа современного состояния поместий в Российской Федерации, около 18% усадеб вообще не используются; 16% занимаются комплексным использованием; 15% заняты в учреждениях религиозного характера (учебные заведения религиозного персонала, миссии и др.), около 13% усадеб занимают музеи и библиотеки; 11% занимают учреждения местной администрации. Кроме того, 9% занимаются арендой, продажей, сменой собственников. Около 7% работают в учебных заведениях, расположенных в бывших поместьях; детские сады, детские сады занимают 5%; около 4% имений занимают санатории, пансионаты, туристические базы и базы отдыха. Территория имений, утраченных в результате самозахватов, составляет 2% (Grigoryeva, 2014; Vivatenko, 2019; Zlenko, 2019).

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Проведенный анализ источников показал, что, не смотря на явный интерес к организации усадебного туризма, работ, посвященных данному явлению, нет так уж и много. Основная часть исследований посвящена анализу усадьбы с точки зрения истории, культуры и архитектуры. Включает в себя: мероприятия, конференции, выставки, круглые столы и дискуссии, посвященные изучению зарубежного и отечественного опыта по сохранению наследия (Solontseva, 2014).

Исходя из современных обстоятельств, усадебный туризм формируется лишь как часть культурно-познавательного туризма, располагая при этом необходимыми возможностями и объективными признаками для выделения в самостоятельный вид туристской деятельности. Единственным аргументом, сдерживающим его самостоятельность, является то, что усадебное наследие, по мнению ряда авторов, занимает незначительное место в общем культурно-историческом наследии большинства регионов.

На сегодняшний день в научной литературе, посвященной вопросам туризма, нет четкого определения «усадебный туризм», его чаще всего относят к экскурсионно-познавательному. Тем не менее, в последнее время большинство исследователей склонны считать, что усадебный туризм можно рассматривать как динамично развивающееся направление туристской деятельности, позволяющее говорить о выделении в самостоятельный. На наш взгляд, усадебный туризм — это вид экскурсионно-познавательного туризма, нацеленный на посещение музеев-усадеб и музеев-заповедников, изучение их истории и культуры, а также на духовно-нравственное обогащение туристов.

Усадебный туризм как подвид экскурсионно-познавательного туризма имеет огромное значение не только в области развития туризма и продвижения Российской Федерации на мировом туристском рынке, но и в области охраны, сохранения и восстановления объектов историко-культурного наследия страны.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Богатое культурно-историческое наследие Саратовской области предполагает не только организацию маршрутов по городу Саратову для осмотра известных памятников, но и знакомство с объектами, расположенными в регионе. Это дворянские усадьбы и приусадебные парки как памятники природы, истории и культуры. С целью определить наличие на рынке туристических услуг г. Саратова предложений по внутреннему усадебному туризму и выявить особо популярные направления, под нашим руководством М.В. Гришиной в январе 2019 года было проведено социологическое исследование. Исследование проводилось методом контент-анализа. За единицу анализа были взяты слова и словосочетания: «туризм», «усадебный туризм». Источниками информации были выбраны сайты туристских организаций. Всего было проанализировано двадцать туристических фирм города Саратова.

Исследование показало, что большинство турфирм предлагают экскурсионные туры, как внутри страны, так и за рубеж. Большое количество предложений показывает, что на экскурсионные туры с посещением усадеб наблюдается высокий спрос, такие предложения есть практически в каждой туристической фирме. Шестнадцать туристических фирм из двадцати (кроме «Бест-Тур», «Вояж», «Чудеса Света», «Одиссея») предлагают посещение усадеб на территории России, в основном это

— усадьбы Москвы и Московской области;

— усадьбы Санкт-Петербурга и Ленинградской области;

— усадьбы Крыма;

— усадьба в с. Болдино, где когда-то жил и работал А.С. Пушкин;

— усадьба М.Ю. Лермонтова в с. Тарханы, Пензенская область;

— музей-усадьба Л.Н. Толстого «Ясная Поляна» в Тульской области и другие.

Самое популярное и доступное предложение (по расположению и временным затратам) посещение усадьбы в с. Тарханы, второе по популярности направление — усадьба «Ясная Поляна».

Исследование показало, что Саратовская область местными фирмами практически не продвигается (только три турфирмы предлагают ознакомительные туры в г. Вольск и г. Хвалынск), соответственно туров, связанных с усадебным туризмом в рамках Саратовской области на сегодняшний день в исследуемых туристических фирмах не представлено.

Также в целях изучения спроса на усадебный туризм, был проведен опрос, было опрошено 100 человек. Из них мужчин — 37 человек, женщин — 63. Возраст: от 18 до 25 лет — 59 человек; 26-35 лет — 26 человек; 36 лет и старше — 15 человек. Среди опрошенных преобладают студенты и работающие граждане, в небольшом количестве представлены пенсионеры. Из всех опрошенных 39% учащихся, 45% работающие.

Список вопросов имел целью выявление наличие и степень заинтересованности населения г. Саратова к явлению «усадебный туризм»; определение спроса на оказание туристических услуг в данной области и соответствующей целевой аудитории; составление оптимальной картины организации туров по направлению «усадебный туризм».

Исходя из анализа полученных результатов, можно сделать следующие выводы:

— направление «усадебный туризм» более интересен женщинам (63%), однако и мужчины им интересуются (37%);

— респонденты в возрасте до 35 лет, молодежь 56% — заинтересованы в подобных путешествиях значительно больше, чем группа от 36 лет и старше, хотя и в данной категории также есть спрос (44%). Гендерная принадлежность не имеет значения;

— примерно в равной степени опрошенные ориентированы как на выездной, так и внутренний туризм;

— респонденты не готовы к длительным поездкам, оптимальная продолжительность тура внутри страны по

результатам опроса должна составить не более 2-3 дней;

— из средств транспорта наиболее предпочтительные способы организации путешествия — автомобильные и автобусные перевозки (56%), железнодорожные поездки наименее предпочтительно;

— большинство респондентов (52%) планируют совершить поездки внутри страны хотя бы раз в год, 28% готовы к путешествиям 2-3 раз в году. Это говорит о том, что потребность туристов к путешествиям сформирована, современные туристы готовы экономить на чем-либо, но не готовы отказаться от путешествий;

— экскурсионный и образовательный туризм все еще уступают пляжному. Однако перевес не существенен и обуславливается не только личными предпочтениями, но и недостатком опыта, предложений в данной сфере, отсутствием информации;

— 72% опрошенных знакомы с понятием усадебного туризма;

— среди известных направлений усадебного туризма были названы — Тарханы, Ясная Поляна, Архангельское, Зубрилово, Кусково, Константиново, Суханово, Болдино.

— 48% респондентам интересно направление отдыха в сфере «усадебный туризм», большинство из них уже бывало в подобных турах, организация путешествия силами туристической фирмы предпочтительнее самостоятельной поездки.

Также было проведено экспертное интервью с сотрудниками туристических фирм г. Саратова. Цель исследования — определение спроса и предложений в рамках отдельно взятой организации (туристические фирмы «Бест-Тур», «СаратовЗдравКурорт»).

Итак, обобщив результаты интервью, были сделаны следующие выводы: у экспертов имеется опыт работы в туристическом бизнесе более 5 лет.

«СаратовЗдравКурорт» специализируется на теплоходных турах по Волге, предоставлении туристических путевок для лечения и экскурсионного отдыха в регионах нашей страны. А «Бест-Тур» больше на выездной туризм, помощь в оформлении виз, паспортов, покупке авиа и ж/д билетов, бронирование гостиниц по всему миру.

В туристической фирме «Бест-Тур» услуги по внутреннему туризму не развиты и составляют не более 15% от общего числа предложений. Тем не менее, присутствуют предложения внутреннего туризма по стране: в Краснодарский край, Крым, Кавминводы, Казань, Санкт-Петербург, Москву. Эксперт отмечает: «если говорить об экскурсионном направлении, преимущественно пользуются спросом Москва, Санкт-Петербург, Казань. Усадебный туризм внутри страны в ассортименте организации не присутствует». Однако, как отмечает информант, при грамотном подходе к рекламе и продвижению таких туров, они вполне могли бы существовать.

СаратовЗдравКурорт специализируется на внутреннем туризме. Наряду с перечисленными выше предложениями внутри страны, в организации предлагаются и туры по Саратовской области — это в основном города Хвалынск и Вольск, турбазы на Волге. Есть также туры и с усадебной тематикой. По мнению информанта, Тарханы и Ясная Поляна пользуются максимальным спросом среди школьных групп, студентов, пенсионеров, семей с детьми. Такие запросы составляют около 10% от общего числа. Также информант отмечает, что указанный процент мог бы быть и выше, но в настоящее время отсутствует грамотное продвижение усадебных туров, не уделяется должное внимание рекламе. Необходима также некоторая государственная поддержка в виде помощи в организации образовательных туров соответствующей тематики.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Таким образом, дворянские поместья, выстроенные в девятнадцатом столетии и раньше, рассредоточены по территории региона, остатки как напоминания сохранились во многих районах области. Незначительная часть из них преобразованы в музеи, большая же часть были разрушены. Особенно в советскую эпоху развалены как сами поместья, так и остальные строения, превратились в болотца, срублены и перестроены парковые участки. Часть усадеб было спасено за счет организации в них санаториев и домов отдыха, хоть в преобразованном облике, демонстрируют гармоничность. В сохранившемся виде

есть усадебные музеи, но, к сожалению, всего несколько. Сегодня всего более или менее сохранилось двадцать два объекта от старинных усадеб Саратовской области, при чем некоторые как сохранившиеся здания, так некоторые руины и только заросшие парки.

Развитие усадебного туризма в Саратовской области видится значительной альтернативой, как потенциально новое направление, введение которого послужит катализатором социально-экономическое развитие региона. Практические меры отражены в реализации «Стратегии социально-экономического развития Саратовской области до 2030 года».

Необходимо в первую очередь обеспечить расширение сегмента туристического рынка, потребительского спроса россиян для внутреннего туризма, увеличение количество рабочих мест в сфере туризма, что позволяет привлекать средства в экономику региона, способствовать формированию востребованность посещения природного и культурно-исторического наследия, расширение культурной компетентности туристов, оздоровление их и отдыха, увеличивает возможности содействие экономическому развитию области.

Рассматривая дворянские поместья как элементы формирования привлекательности региона, стоит отметить их уникальность, которые могут стать одним из главных конкурентных преимуществ региона (Novosel'skaya, 2016).

Инвестиционный потенциал усадебного туризма достаточно велик и привлекателен в рекреационном секторе для инвесторов. Сегодня можно уверенно говорить о такой функции туристической привлекательности, как взаимодействие спроса и предложения, которые влияют на туристическую активность региона (Baranova, 2017; Bogolyubova, 2018). В связи с этим подчеркнем, что сохранение и рациональное использование памятников исторического наследия имеют решающее значение для устойчивого притяжения туристических потоков и сохранения популярности конкретного туристического назначения.

Таким образом, учитывая дворянские поместья как элементы формирования привлекательности региона, можно предположить, что потенциал для развития этого ресурса огромен. Будучи региональным туристический культурно-рекреационный продукт историко-культурного направления, дальнейшее развитие усадебного туризма при правильной маркетинговой политике будет улучшать не только конкурентные преимущества региона, но и станет одним из приоритетных направлений развития малых городов и их инфраструктуры.

Сегодня вопросы сохранения исторической усадьбы, а также всего культурного наследия страны, является особенно актуальным. Но в данном вопросе не стоит полагаться и ожидать действий исключительно от государства. В наше время в обществе уже сформировалось осмысление, что сохранение культурного наследия может и должны реализовываться не только отдельными организациями, но и частными инвесторами. На наш взгляд, возвращение к жизни запущенных памятников архитектуры и использование их в туристической деятельности поднимет предпринимательскую деятельность в регионах страны.

Анализ показывает, что более-менее активность по сохранению памятников культуры и архитектуры происходит чаще в больших города, где экономическое существование наиболее благоприятно. Обычно там процесс приватизации памятников идет быстрее и у них есть собственник, который несет моральную и материальную ответственность за их сохранность. С дворянскими усадьбами и поместьями ситуация обстоит гораздо сложнее. Разработка специальных программ, а также специальных туров, будут способствовать возрождению как самих объектов, так и территорий, где они расположены. В связи с этим восстановление имений и их использование в целях туризма является актуальной инициативой с точки зрения сохранения памятников русской культуры и создание новых объектов для туристического показа.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, важнейшим потенциалом развития исторической усадьбы представляется ее универсальность как социокультурный,

хозяйственно-экономический, архитектурно-парковый и культурный центр. Туристов может заинтересовать самобытность, сохранившаяся еще в старинных имениях. Российских туристов будет привлекать потребность к познанию своего исторического и культурного наследства.

Необходимо отметить важность сотрудничества музеев-усадеб и туризма, объединенные с темами изучения русской культуры, русского языка, знакомством с историческими местами и культурно-познавательные туры. Наиболее привлекательными являются музейные ценности и реликвии, связанные с традиционной русской историей и цивилизацией. Рассматривая исторические усадьбы и поместья как наше достояние, отметим их вклад в социокультурное и туристское развитие территории. В Саратовской области аналогичные ресурсы культурного наследия становятся одной из действительных возможностей экономического и социального формирования инфраструктуры малых городов.

Важнейшим конкурентным преимуществом туристической отрасли страны является историко-культурное наследие, поэтому усадебный туризм имеет широкие перспективы развития. При поддержке и гарантиях государственной администрации данный вид туризма принесет значительную экономическую выгоду. Развитие туристской инфраструктуры, создание современных комплексов вместе с включением в оборот реставрируемых объектов историко-культурного наследия создадут условия для развития ряда новых маршрутов разной направленности, но вокруг малых городов. Это удовлетворит потребительский спрос различных категорий туристов, обеспечит работу в течение всего сезона туристских объектов и неуклонный рост турпотока. Однако, кроме экономической выгоды, усадебный туризм может способствовать развитию социальной и культурной сфер общества, повышению гражданской ответственности за сохранение памятников истории и культуры и духовно-нравственному обогащению туристов.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Abankina, T.V. (2016). Strategii povysheniya effektivnosti ispol'zovaniya ob'yektov kul'turnogo naslediya. [Strategies for increasing the efficiency of using objects of cultural heritage]. Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya, 4, p. 45–74. (In Russ.).
2. Aksenova, I.V. (2014). Problemy ohrany i sovremennogo ispol'zovaniya zagorodnyh dvoryanskih usadeb [Problems of protection and modern use of country noble estates]. Vestnik MGSU, 11, p. 14–25. (In Russ.).
3. Baranova, A.Yu. (2017). Organizatsiya predprinimatel'skoy deyatel'nosti v sfere turizma [Organization of entrepreneurial activity in the field of tourism]. Moscow: INFRA-M, p. 144–125. (In Russ.).
4. Bogolyubova, S.A. (2018). Novoye ponimaniye sushchnosti «usadebnogo turizma» [New understanding of the essence of «estate tourism»]. Aktual'nyye problemy razvitiya sfery uslug: Collection of scientific papers, 12, p. 39–43. (In Russ.).
5. Cherevichko, T.V., Otnyukova, M.S. (2020). Turistskoye sobytiye kak innovatsionnyy resurs razvitiya regiona. [Tourist event as an innovative resource for the development of the region.]. Bulletin of the Association of Universities of Tourism and Service. Volume 14, 2 (2), p. 42-52. (In Russ.).
6. Coombe, R. (2005). Legal Claims to Culture in and Against the Market: Neoliberalism and the Global Proliferation of Meaningful Difference. Journal of Law, Culture and the Humanities. Vol. 1. 1, p. 35–52.
7. Dmitriyeva, Y., Kuptsova, O. (2017) Zhizn' usadebnogo mifa. Utrachennyy i obretennyy ray [Life of the Manor Myth. Lost and found paradise]. p. 544. (In Russ.).
8. Golubeva, Ye.I., Toporina, V.A. (2011) Usadebno-parkovyy kompleks kak kategoriya prirodno-kul'turnogo naslediya [Manor and park complex as a category of natural and cultural heritage] Problemy regional'noy ekologii, 3, p. 195–203. (In Russ.).
9. Gorokhova, K.N. (2019) Kul'turno-obshchestvennyye aspekty razvitiya dvoryanskoy usad'by XVIII veka [Cultural and social aspects of the development of the noble estate XVIII century.]. Uchenyye zapiski. Elektron. nauch. zhurnal Kursk. gos. un-ta, 2 (50), p. 6–11. (In Russ.).

10. Grigoryeva, Ye.P. (2014). Sovremennyye funktsii byvshih dvoryanskih usadeb [Modern functions of former noble estates]. Journal of Molodoy uchenyy, 7, 76–79. (In Russ.).
11. Krasnobayev, I.V. (2007). Sohraneniye i ispol'zovaniye sel'skih dvoryanskih usadeb v sovremennoy Rossii: problemy i perspektivy [Preservation and use of rural noble estates in modern Russia: problems and prospects]. Vestnik TGASU, 2, p. 25–36. (In Russ.).
12. Makrinova, Ye.I., Lysenko V.V., Rybochkina Ye.A. (2020) Formirovaniye aktivnoy politiki gosudarstva v sfere podderzhki industrii turizma v usloviyakh krizisa [Formation of an active policy of the state in the field of supporting the tourism industry in a crisis]. Vestnik Belgorod. un-ta kooperatsii, ekonomiki i prava, 4, p. 27–41. (In Russ.).
13. Novosel'skaya, V.V. (2016). Kul'turnoye prostranstvo territorii kak resurs ekonomiki vpechatleniy [Cultural space of the territory as a resource of the economy of impressions]. Znaniye. Ponimaniye. Navyk, 3, p. 72–83. (In Russ.).
14. Otnyukova, M.S. (2021) Innovatsii v turizme v usloviyakh pandemii i postkrizisnyy period. [Innovations in tourism during the pandemic and the post-crisis period] Innovatsionnyye tekhnologii upravleniya i strategii territorial'nogo razvitiya turizma i sfery gostepriimstva: materialy IV Mezhdunarodnoy nauchno-prakticheskoy konferentsii «Innovatsionnyye tekhnologii upravleniya i strategii territorial'nogo razvitiya turizma i sfery gostepriimstva» 24 sentyabrya 2021 g., / kol. avtorov; pod. red. Ye.Ye. Konovalovoy, Moscow, p. 562-569. (In Russ.).
15. Otnyukova, M.S. (2021) Vliyaniye ekonomiki vpechatleniy na razvitiye sovremennogo turizma. [The impact of the experience economy on the development of modern tourism.] Psikhologo-ekonomicheskiye issledo-vaniya. Pod redaktsiyey d-r ekon. nauk, prof. A.N. Neverova.
16. Otnyukova, M.S., Anikin, S.B., Milshin, Yu.N. (SBS 2020) Ecotourism in the context of sustainable development: Legal and sociological aspects. Proceedings of the International Scientific and Practical Forum on Social and Behavioral Sciences Cham, Switzerland: Springer Nature. (pp. 1-12).
17. Russkaya usad'ba — proshloye dlya budushchego. (2022) Proyekty i programmy [Russian estate — the past for the future. Projects and programs]. Natsional'nyy fond «Vozrozhdeniye russkoy usad'by». [Online] Available: http://www.fondus.ru/ (February 25, 2022).
18. Semonov, V., Semonov, N. (1998). Saratov dvoryanskiy. Iz glubiny vekov. Starinnyye boyarskiye i dvoryanskiye rody v Saratovskom kraye [From the depths of centuries. Ancient boyar and noble families in the Saratov region] Journal of Volga, 11-12, p. 59-127. (In Russ.).
19. Solontseva, M.S. (2014). Istoriya i perspektivy razvitiya usadebno-usadebnogo turizma [History and prospects for the development of the estate and estate tourism]. Vestnik Rossiyskogo novogo universiteta, 2, p. 227–230. (In Russ.).
20. Svedeniya iz Yedinogo gosudarstvennogo reyestra ob"yektov kul'turnogo naslediya (pamyatnikov istorii i kul'tury) narodov Rossiyskoy Federatsii (2022). Portal otkrytykh dannykh Ministerstva kul'tury RF [Information from the Unified State Register of Cultural Heritage Objects (Monuments of History and Culture) of the Peoples of the Russian Federation] [Online] Available: https://opendata.mkrf.ru/opendata/7705851331-egrkn (February 25, 2022).
21. Tihonov, Yu.A. (2005) Dvoryanskaya usadba i krestyanskiy dvor v Rossii XVII-XVIII vv.: sosuschestvovanie i protivostoyanie. [Nobility and peasant's courtyard in Russia, XVII-XVIII centuries: coexistence and opposition] Moscow; Saint Petersburg: Summer garden — p. 448. (In Russ.).
22. Vivatenko, S.V. (2019). Dvoryanskiye usad'by kak tsentry ekonomicheskoy i kul'turnoy zhizni Rossii [Noble estates as centers of economic and cultural life in Russia]. Peterburgskiy ekonomicheskiy zhurnal, 2, p. 178–184. (In Russ.).
23. World Tourism Organization UNWTO / Specialized agency of the United Nations. — http://www2.unwto.org/
24. Yedinyy informatsionno-razvlekatel'nyy portal o vozmozhnostyakh turizma i otdykha v Saratovskoy oblasti. (2022). [A single information and entertainment portal about the possibilities of tourism and recreation in the Saratov region]. [Online] Available: https://www.tursar.ru/page-joy.php?j=2 (February 25, 2022).
25. Zlenko, A.D. (2019) Vospriyatiye «usadebnogo turizma» sovremennymi potrebitelyami [Perception of "homestead tourism" by modern consumers]. Journal of Molodoy uchenyy, 21 (259), p. 196-198. (In Russ.).

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-19-23

Поиск новых элементов туристской инфраструктуры

Search for new elements of tourist infrastructure

Алексушин Глеб Владимирович,
д.и.н. доцент,
ФГАОУ ВО Самарский государственный экономический университет, Россия
E-mail: Gva3@yandex.ru

Gleb Aleksushin,
Doctor of History, Associate Professor,
Samara State University of Economics, Russia

Аннотация. *Целью данной публикации был доказательство необходимости расширения базы историко-культурных объектов туристской инфраструктуры в разных регионах за счёт анализа и освоения применённых в других (соседних регионах технологий). В материале показаны основные пути развития современного туризма в регионах России, развитие которых даст реальное увеличение количества объектов историко-культурного туристского пространства. Далеко не все направления туризма дают увеличение количества объектов туристской индустрии. Полученный коллегами в разных регионах Российской Федерации опыт показывает перспективность в этом плане конкретных видов туризма, комплекс которых предложен в статье.*

Ключевые слова. *туризм, инфраструктура, Россия, принцип, развитие.*

JEL codes: L83, Z32, M31

Abstract. *The purpose of this publication was to prove the need to expand the base of historical and cultural objects of tourist infrastructure in different regions through the analysis and development of technologies used in other (neighboring regions). The material shows the main ways of development of modern tourism in the regions of Russia, the development of which will give a real increase in the number of objects of historical and cultural tourist space. Not all areas of tourism provide an increase in the number of objects of the tourism industry. The experience gained by colleagues in different regions of the Russian Federation shows the promise in this regard of specific types of tourism, the complex of which is proposed in the article.*

Keywords. *tourism, infrastructure, Russia, principle, development.*

1. ВВЕДЕНИЕ

Не секрет, что историко-культурный потенциал любого региона является важной частью туристского пространства. В постсоветском пространстве (особенно в последнее время с оцифровкой архивов и развитием интернета) значительно расширялся и углубился краеведческий материал во многих регионах Российской Федерации, появились новые данные и материалы, способные существенно расширить объём объектов историко-культурного туризма.

2. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Базовым методом в комплексе исследований должен стать анализ достижений других (в первую очередь соседних — т.е., наиболее сопоставимых по возможностям и ресурсам) регионов. Это даст возможность понять — в каких направлениях можно продвигаться в изучении

ресурсов своего региона для расширения его историко-культурного пространства.

Ещё один эффективный метод — применение новых, доказавших свою востребованность технологий для вовлечения новых объектов в туристские и экскурсионные маршруты.

Надёжным и важным для расширения историко-культурного пространства под поиск новых элементов туристской инфраструктуры остаётся краеведение. Однако, старые академические механизмы (печатная научная продукция со слабой иллюстрированностью) в нём работают слабо: у массы непрофессиональных в истории блогеров появляется новый графический и источниковый материал или его оригинальная инфографическая подача (в Самаре можно привести в качестве примера канал «Другой город»), который часто опровергает устоявшиеся исследования учёных, ранее считавшихся нерушимими авторитетами. Необходимо применять очень большую гибкость в общении с блогерами-краеведами, не конфликтуя с ними, а стараясь в связке с ними находить новые туристские объекты.

Интересно, что просто приспособление материалов туристских программ и продуктов к туристам из других стран даёт дополнительный прирост объектов к расширению туриндустрии. На первом месте в России сейчас, конечно, в этом направлении — работа для туристов из Китая (Afanasyeva). Причём, сами китайцы подсказывают своим российским коллегам — например, из Ульяновской области (Cheng), что их интересует. Это очень важно — в наших представлениях об интересах туристов из Китая — множество обманчивых стереотипов, особенно на тему «красного туризма».

При работе с новыми потоками иностранных туристов (Turluchev) даже старые, забытые туристские объекты (например, неприемлемые по идеологическим соображениям) вновь возвращаются в туристское пространство.

Необходимо только не забывать находить заранее точные переводы названий туристских объектов на иностранные языки, и создавать пособия для гидов из таких объяснений (Slovar gida) и не забывать их постоянно обновлять и актуализировать (Slovar gida-perevodchika).

Как ни странно, в развитии историко-культурного пространства должны помочь экономико-статистические методы: так, например, статистический анализ продаваемых туров и экскурсий должен показать самые популярные темы, на работу с какими и стоит тратить основные усилия.

Более того, в зависимости от краеведческих направлений (пластов) также формируются более и менее интересные для работы в развитии туристского пространства эпохи.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ

В итоге проведённого анализа получается несколько основных направлений (пластов) краеведческого анализа, и в каждом из них имеются определённые предпочтения, на которые стоит обратить внимания более всего:

дореволюционное (с упором на поиск следов пребывания в регионе известных личностей (например, представителей семьи Романовых), новые взгляды на старые темы (например, развитие промышленности) или перенос на эту эпоху популярных в другие эпохи),

революционная эпоха 1917-1929 гг. (изучение ранее запрещённых советской историей тем (например, детализация объектов — зданий т.н «белогвардейских правительств») и «революционных» и «большевистских» тем с новых точек зрения, поиск новых объектов),

предвоенный советский период (исследование истории промышленных объектов, в изобилии появлявшихся в то время, нереализованных проектов, малоизвестных и неизвестных вовсе пластов вроде становления добровольных спортивных обществ и т.п., выявление объектов сталинских репрессий),

военная пора (поиск ранее секретных и заброшенных объектов, изучение истории

эвакуированных предприятий, выявление и анализ визитов иностранных деятелей, потоков ленд-лиза),

поздняя советская эпоха (связанные с советской авиацией и космонавтикой и хрущёвской «оттепелью» интересные ранее неизвестные темы),

период т.н. Перестройки (в которую было немало интересных бизнес-начинаний, оставивших необычные краеведческие «следы»).

Применение идентичных инновационных технологий возможно в любых регионах — как, например, city story в Самаре (Aleksushin, 2018) или Саратове (Shtadler). Корреляция с учётом опыта «соседей» существенно расширяет кругозор и способно неожиданно дать кроссрегиональные «стыковки» материалов, что очень перспективно в плане недавно анонсированных национальных и межрегиональных туров. Storytelling, например, в этом случае позволяет вовлечь в базу объектов историко-культурного туризма места, связанные с простыми людьми, чьи истории вызывают сильные эмоции, а не только объекты, связанные с жизнью известных людей.

Таким же универсальным инструментом в поиске новых объектов туристского пространства оказываются территориальные туристские бренды — что в Казани (Eidelman), что в Самаре (Aleksushin, 2019), что в любых других регионах.

Стремление современных промышленных предприятий зарабатывать дополнительные финансовые средства и пропагандировать свою продукцию подталкивает их к созданию реалий промышленного туризма, который в старых промышленных центрах России является отличным подспорьем туристско-рекреационного кластера. Современные специалисты по туризму пытаются типологизировать промышленный туризм (Polyanina). Анализ его достижений в разных регионах — например, в Саратове (Olgin) даст представление о способах поиска новых объектов туристского пространства.

Самыми простыми, современными и доступными ресурсами для развития историко-культурного пространства являются современные виртуальные технологии — что в Уфе (Khamadeeva), что в Самаре (Aleksushin, 2020). Это — огромный перечень, но даже те же AR VR разработки, невозможные без создания качественных 3d объектов, а их не нарисуешь, пока нет точной информации с чертежами конкретных зданий.

Огромную роль в поиске новых элементов туристского историко-культурного пространства должны сыграть краеведческие исследования, особенно по отдельным объектам старых улиц городов — как в Самаре по Дворянской (совр. Куйбышева) (Aleksushina, 2008) и Саратовской (совр. Фрунзе) (Aleksushina, 2020).

Интереснейшим современным подходом является поиск старых паломнических маршрутов и объектов — как, например, в Ульяновске (Kuznecova). Схожим инструментом является изучение дворянских родов и их усадеб — как в Самарской области (Aleksushina, 2015).

Очень редким является в современной России археологический туризм, но постепенно интерес к древним руинам приводит к фиксации открытых раскопов и введению этих вновь созданных туристских объектов в туристское пространство — как, например, в Татарстане (Kalutskov). Исследований по этому поводу очень много в самых разных регионах — например, в Оренбурге (Filimonova). Но, для большинства регионов этот вид туризма пока остаётся только в числе перспективных (Vitkovskaya).

Неплохо изученное санаторно-курортное лечение (Nesterova) упорно превращается медицинский туризм, к которому начинают пытаться применять профессиональные инструменты (Vystropova). Это способствует переносу объектов санаторно-курортной истории в пространство медицинского и историко-культурного туризма.

Ещё одним эффективным средством поиска новых объектов туристского

пространства может стать проецирование идей центральных (столичных) туристских регионов на провинциальное туристское пространство. Так, например, «сталинский» ландшафт можно найти не только в Москве (Banaszkiewicz), но и в Санкт-Петербурге, и во многих провинциальных городах.

Очень легко создаются новые объекты рурал-туризма (Musyka): по сути, любой желающий сельчанин при небольших капиталовложениях и трудозатратах способен создать на базе своего подворья объект сельского туризма (Trukhachev).

Т.о., исследования и практическая деятельность с опорой на изучение уже реализованного опыта даёт возможность применить для изучения собственного краеведческого контента.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Итак, стоит присмотреться к исследованиям в соседних и центральных (столичных) регионах, чтобы найти в своих регионах новые объекты, которые можно и нужно применять для развития потенциала регионального историко-культурного туризма. Однако, необходимо помнить о важности информационно-рекламной деятельности, которые могут продвигать выявленные объекты (Ananikyan).

5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Aleksushin G.V. (2018) Samarskie ljubovnye istorii. [Samara love stories] — Samara: “Prime”, 30 s.
2. Aleksushin G.V. (2019) Samarskie brendy. [Samara brands] — Samara: “Prime”, 31 s.
3. Aleksushin G.V. (2020) The use of technology of digital economy to create and promote innovative excursion products // Advances in Intelligent Systems and Computing, Vol. 908, 404-410.
4. Aleksushina T.F. (2008) Samara, ulitza Dvorjanskaja (Samara, street Dvorjanskaja), Samara, «Ofort», 747 s.
5. Aleksushina T.F. (2015) Polny biographicheskj slovar dvorjan Samarskoj gubernii (Complete biographical dictionary of the nobles of Samara province), Samara, «Prime», 541 s.
6. Aleksushina T.F. (2020) Samara, ulitza Saratovskaja (Samara, street Saratovskaja), Samara, «Slovo», 717 s.
7. Ananikyan M.E. (2018) Vidy reklamnoj dejatelnosti, primenjaemyh v rabote sredstv razmeshenija // Skif. Voprosy studencheskoj nauki (Types of advertising activities used in the work of placement facilities // Skif. Questions of student science), №2(18), 18-23.
8. Afanasyeva I. (2021) Realization of the China friendly program at tourism facilities in the city of Astrakhan // Topical issues of Russia and the world: materials of the II Scientific and practical conference, Astrakhan, July 07, 2021. — Astrakhan: Publishing House “Astrakhan University”, 66-69.
9. Banaszkiewicz M. (2016) The ‘embodiments’ of Stalin in the tourism landscape of Moscow // International Journal of Tourism Anthropology, Vol.5, No3-4, 221-234.
10. Cheng B. (2014) Analiz i perspektivy razvitija sotrudnichestva Ulyanovskoj oblasti s Kitaem v sfere turisma // Mezhdunarodnyj turism i sport (Analysis and prospects for the development of cooperation between the Ulyanovsk region and China in the field of tourism // International Tourism and Sports, Moscow, 15-22.
11. Eidelman B.M. (2018) The analysis of content of territorial brands of Kazan and the Republic of Tatarstan // The Journal of Social Sciences Research, No Special Issue 5, 448-453.
12. Filimonova I.Yu. (2021) Archaeological heritage of steppe zone as tourism development resource (case of Orenburg region) // IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Vladivostok, 6–9 октября 2020 года, Vladivostok, P.062083.

13. Kalutskov V.N. (2019) Objekty Vsemirnogo nasledija Tatarstana: opyt kulturno-landshaftnyh issledovanij // Socialno-ekonomicheskaja geographija. Vestnik Associacii rossijskih geographov-obshestvovedov (The World Heritage sites of Tatarstan: the experience of cultural and landscape research // Socio-economic geography. Bulletin of the Association of Russian Geographers and Social Scientists), №8, 80-96.
14. Khamadeeva Z.A. (2020) Tourism development through modern virtual technologies (the example of Ufa) // Service and Tourism: Current Challenges, Vol.14, No4, 115-121.
15. Kuznecova E.V. (2019) Tourist directions and routes of the sacred and pilgrims in the Ulyanovsk region // International Journal on Emerging Technologies, Vol.10, No 2, 158-159.
16. Musyka S.M. (2019) Potentzial i resursy selskogo turisma Irkutskoj oblasti // Biosfernje hozajstvo: teorija i praktika, (Potential and resources of rural tourism of Irkutsk region // Biosphere economy: theory and practice) №1(10), 11-14.
17. Nesterova A.V. (2019) Razvitije sanatorno-kurortnogo dela v Samarskoj oblasti (Development of the sanatorium business in the Samara region) // Modern Science, №5-4, 150-155.
18. Olgin V.A. (2010) Perspektivnye vidy turisma v Saratovskom regione: promyshlennyj i voennyj // Ekologija: sintez estesvennonauchnogo, tehnicheskogo i gumenitarnogo znanija (Promising types of tourism in the Saratov region: industrial and military // Ecology: synthesis of natural science, technical and humanitarian knowledge), Saratov, 351-353.
19. Polyanina S.S. (2014) The essence of industrial tourism and its types // University complex as a regional center of education, science and culture: materials of All-Russian. sci.- method. conf., Jan 29-31 2014, Orenburg / Moscow State University of Education and Science. Federation, Feder. state budget. educate. institution of higher prof. education “Orenburg. state un-t”, Orenburg, 1773.
20. Shtadler O.A. (2021) City stories, legends and myths as a potential resource for tourist storytelling (studying the example of Saratov) //10 декабря 2020 года, 126-129.
21. Slovar gida (Guide’s Dictionary) (2016), Samara, 44 с.
22. Slovar gida-perevodchika (Guide-translator’s Dictionary) (2021), Samara, 56 с.
23. Trukhachev A. (2018) Analysis Of Agricultural Tourism And Study Of Its Development Potential // Research Journal of Pharmaceutical, Biological and Chemical Sciences, Vol.9, No3, 792-801.
24. Turluchev A. (2019) Marine cruise tourism in the south of Russia // 14th MEDCOAST Congress on Coastal and Marine Sciences, Engineering, Management and Conservation, MEDCOAST 2019: 14, Marmaris, 22–26 october 2019, Marmaris, 257-263.
25. Vitkovskaya E.A. (2016) Arheologicheskij turism kak perspektivnoe napravlenije razvitija regionalnogo turisma (na primere Volgogradskoj oblasti) // Mezhdunarodnyj zhurnal gumanitarnyh i estestvennyh nauk (Archaeological tourism as a promising direction for the development of regional tourism (on the example of the Volgograd region) // International Journal of Humanities and Natural Sciences), №1-8, 14-17.
26. Vystropova O.S. (2017) Medical tourism in the Volgograd region (on the example of the sanatorium “Kachalinsky”) // Symbol of Science: International scientific journal, Vol.2, No3, 194-196.

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-24-34

Экологические тропы как фактор развития устойчивого туризма на природных территориях

Ecological trails as a factor in the development of sustainable tourism in natural areas

Королева Оксана Владиславовна,
к. и. н, доцент
E-mail: korolevaov@mail.ru
ФГБОУ ВО «Саратовский национальный исследовательский государственный университет им. Н. Г. Чернышевского»,
г. Саратов, Россия

Oksana Koroleva
History PhD, Associate Professor
Saratov State University named after N.G. Chernyshevskiy, Saratov, Russia

***Аннотация**: Цель исследования — изучить такой аспект экотуристской инфраструктуры как планирование экологической тропы и ее роль в развитии устойчивого туризма. Туристская тропа рассматривается как один из важнейших элементов экосистемы природных территорий. Важным этапом планирования устойчивой туристской тропы является создание туристского продукта на основе предлагаемой ценности. Сформулированы специфические особенности продукта, отвечающие критериям устойчивого развития. С учетом того, что устойчивость стала охватывать все составляющие туристского опыта, важным критерием продукта называется уровень развития туристских функций. Отмечается необходимость надлежащим образом адаптировать тропу и ее продукт к меняющимся потребностям туриста. Правильно организованная интерпретация ценности тропы имеют большое значение для ее устойчивого функционирования.*

***Ключевые слова**: устойчивый туризм, туристская тропа, экологический туризм, планирование экологических троп, природные туристские территории.*

JEL codes: Q01, Z32, Q57, Q26

***Abstract**: The purpose of the study is to examine such an aspect of ecotourism infrastructure as planning an ecological trail and its role in the development of sustainable tourism. The tourist trail is considered as one of the most important elements of the ecosystem of natural areas. An important step in the planning of a sustainable tourist trail is the creation of a tourist product based on the proposed value. The specific features of the product that meet the criteria of sustainable development are formulated. In view of the fact that sustainability has come to encompass all components of the tourist experience, the level of development of tourist functions is called an important criterion of the product. The need to properly adapt the trail and its product to the changing needs of the tourist is noted. A properly organized interpretation of the value of a trail is essential for its sustainability.*

***Keywords**: sustainable tourism, tourist trail, ecological tourism, ecological trail planning, natural tourism areas*

1. ВВЕДЕНИЕ

Различные аспекты современного туризма изменились и продолжают меняться под влиянием разных контекстов и в связи с появлением новых возможностей. Загрязнение окружающей среды, негативные эффекты чрезмерного туризма на принимающие сообщества и экосистемы, изменение климата стали причиной того, что международные организации, на-

циональные правительства, предприятия туриндустрии и сами путешественники стали уделять всё большее внимание развитию устойчивых туристских практик. Устойчивый туризм, под которым понимают туризм, «в полной мере учитывающий свои настоящие и будущие экономические, социальные и экологические последствия, при этом удовлетворяющий потребности посетителей, индустрии, окружающей среды и принимающих сообществ» (UNWTO, 2005), отвечает целям ООН в области устойчивого развития, отражает идеологию туризма будущего и призван служить идее ответственного отношения к природной и культурной среде.

Экологический туризм, отвечающий принципам устойчивого развития, является неотъемлемой частью глобальной трансформации рынка путешествий. Спрос на экотуризм высок и будет продолжать расти. В ходе опроса, проведенного платформой онлайн-бронирования «Booking.com», было установлено, что путешественники становятся все более обеспокоенными экологическими вопросами, наряду с социальными и политическими, что в скором будущем станет определяющим фактором спроса (Barratt B., 2019). Интерес нового поколения туристов к природным путешествиям растет большими темпами, также как их готовность к экологическому туризму, что связано с распространением рациональных и этических решений о покупках. Экологически устойчивые результаты туристской деятельности ставятся выше «впечатления» от отдыха. Практики, которые в настоящее время используют или планируют использовать устойчивые бизнес-модели экотуризма, характеризуют это явление настоящей революцией. У туризма без устойчивого развития нет будущего. Все больше малых и средних предприятий и предпринимателей вовлекаются в этот сектор со своими индивидуальными предложениями экологически устойчивых услуг.

В России также наблюдается возросший интерес к теме вовлечения природных территорий в производство экологического турпродукта. Агентство стратегических инициатив (АСИ) вместе с экспертами прогнозируют скорое появление новых направлений экологического туризма, что связано не только со стремлением туристов путешествовать в безопасные места, но и с созданием и развитием кластеров экологического туризма. Развитие экологического туризма в полной мере соответствует целям и задачам федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» национального проекта «Экология», наряду с более широкой, значительной и направленной на устойчивое развитие туристской индустрии инициативой в составе национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства». В Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г. экологический туризм назван одним из приоритетных видов туризма в нашей стране (Strategiya, 2019).

Туристы требуют все более специализированных и пространственно рассредоточенных форм развития туризма, подразумевающих более экстенсивное использование ресурсов, оказывая потенциально большее воздействие на окружающую среду, чем раньше. Чтобы свести к минимуму это воздействие, обеспечивая при этом последовательное получение разнообразных впечатлений в течение ограниченного периода времени, требуется тщательно спланированная система инфраструктуры. Подход к планированию инфраструктуры устойчивого туризма призван обеспечивать желаемый и ожидаемый опыт посетителей, без превышения нормы пропускной способности и минимизируя воздействие на природные и культурные ресурсы, а также соответствовать интересам местных сообществ. Проектируемые туристские объекты должны отражать уникальные черты и соответствовать политике управления природными территориями. (Paul F. J. Eagles, et. al., 2002). Планирование устойчивой инфраструктуры экологического туризма требует создания устойчивых туристских троп. Экологические тропы являются важнейшим элементом инфраструктуры и имеют важное функциональное значение. Они должны не только структурировать пространство, делая его более понятным

и интересным для посетителей и повышая доступность ресурсов, но и обеспечивать устойчивое развитие региональной туристско-рекреационной системы.

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

О повышенном общественном интересе к рассматриваемому вопросу свидетельствует прошедшая в октябре 2021 года IV Международная конференции «Природный туризм: глобальные вызовы и перспективы России», в работе которой участвовали ведущие российские и международные эксперты, лидеры заповедного дела, представители деловых кругов, государственные и общественные деятели. В резолюции отмечается как несовершенство отраслевой политики регулирования и механизмов государственной поддержки этой сферы, так и ее неспособность создавать достаточную инфраструктуру и предлагать качественные сервисы, что оставляет отложенной значительную долю потребительского спроса на путешествия по природным территориям (Resolution, 2021).

Исследование, представленное в настоящей статье, является попыткой определить условия, необходимые для повышения устойчивости функционирования туристских троп на природных охраняемых территориях. Критический анализ результатов зарубежных и отечественных исследований, практических руководств экспертных органов, таких как АСИ, статистических данных позволяет сформулировать постулаты, следование которым обеспечит устойчивое функционирование экологических троп в целях практической реализации идеи устойчивого развития.

В зарубежной научной литературе активно исследуются вопросы адаптации туристской деятельности природных охраняемых территорий к вызовам современности в рамках концепции устойчивого развития (Eddyono, F. et. al., 2021; Choi, Y. et. al.,2017; Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007; Font X., McCabe S., 2017 и др). Устойчивый туризм в этих работах рассматривается как явление, при котором деятельность, осуществляемая туристами, не приводит к потерям или необратимым изменениям в природной среде, в то же время принося пользу самим туристам, местным сообществам, а также лицам и учреждениям, предоставляющим туристские услуги. Несомненный интерес представляет работа Widawski, K. & Oleśniewicz, P. (2019), которая содержит результаты изучения устойчивого характера конкретной тематической туристской тропы ее элементов.

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Материал данной статьи основан на анализе экспертных мнений, изучении, обобщении и систематизации взаимообогащающих и дополняющих друг друга научных и практических исследований экосистем природных территорий в условиях трансформации потребительских установок и вызовов, требующих долгосрочной устойчивости. Комплексный подход, использованный в исследовании, позволяет представить туристскую тропу как сложное системное образование, в планировании элементов которой определяющую роль имеет, с одной стороны, степень развития туристских функций, с другой стороны, степень соответствия продукта принципам устойчивого развития.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Потенциал российского экологического туризма велик — в стране насчитывается свыше 13 тыс. ООПТ, охватывающих почти 13% ее площади. В рамках федерального проекта «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма» планируется к 2024-му году увеличить ежегодную численность посетителей особо охраняемых природных территорий (ООПТ) с 3,5 млн до 7,9 млн человек. А Стратегия развития туризма в РФ на период до 2035 года ставит задачу увеличить этот показатель до 16 млн человек и охватить моделью экологического туризма не менее половины всех национальных парков страны к 2035-му году (Strategiya, 2019). Для достижения этих целей необходимо решить множество задач, в числе которых — развитие инфраструктуры, совершенствование законодательства, разработка и внедрение новых продуктов,

услуг и концепций, причем с высокой скоростью, чтобы обеспечить их соответствие новым запросам клиентов. Изменение спроса под влиянием внешних факторов требует от управления ООПТ быстрой адаптации к преобладающим тенденциям, целям, обстоятельствам и условиям, чтобы оставаться устойчивыми в долгосрочной перспективе. Устойчивость и экологичность признаются качественными характеристиками и конкурентным преимуществом турпродукта.

Управление природными территориями требует соответствия индикаторам устойчивого развития туризма, важнейшими из которых являются сохранение природной среды, ответственная деятельность в производстве турпродукта; взаимодействие с местными сообществами и сохранение культурных ценностей; маркетинг экотуризма и туристская безопасность (WTO, 2004). Устойчивый туризм как способ повышения преимуществ туристских ресурсов для местных сообществ при сохранении культурной целостности и экологического благополучия дестинации является единственно приемлемым условием развития туризма в перспективе, а также становится еще социально приемлемым. Это требует переоценки существующих управленческих практик для обеспечения эффективного диалога всех заинтересованных сторон по вопросам развития устойчивого туризма. Нормативно-правовое регулирование экологического туризма должно учитывать такие основополагающие принципы как правовую определенность, целесообразность и справедливость. Инновационное управление экотуристскими территориями будет более эффективным, если оно получит достаточную правовую определенность, обеспечит его полезность. Чем выше настройки нормы, тем более жесткой и обязательной будет их реализация (Eddyono, F. et. al., 2021).

Развитие устойчивого туризма на природных территориях следует рассматривать с позиций системного подхода. Система туризма относится к функциональной структуре, включающей компоненты спроса и предложения, которые влияют друг на друга. Система экологического туризма — это тип туристской системы, которая формирует сложные взаимоотношения между факторами, влияющими на природную и культурную среду в пределах экотуристской дестинации. Природные, культурные и социально-экономические ресурсы рассматриваются как неотъемлемые компоненты системы, устойчивость которых во многом зависит от их качества. Изменения в одном компоненте системы влияют на другие компоненты, постоянно трансформируя саму систему. Преимущество использования системного подхода к планированию туризма заключается в том, что он позволяет последовательно определять, анализировать, планировать и управлять всеми элементами с учетом внутренней динамики системы. Важными факторами в устойчивом управлении системами экотуризма, являются (1) сторона спроса — уровень спроса на туристские объекты, определяемый чувством ответственности туристов по отношению к природе и их намерением справляться с неудобствами в природной среде; и (2) сторона предложения, или процесс организации управления под руководством менеджеров и операторов (Choi, Y. et. al., 2017).

По мере того, как растет число экотуристов, увеличивается и потребность в инфраструктурном обеспечении природных территорий также возрастает. Плохое планирование экотуризма и сооружение неподходящей инфраструктуры может привести к деградации природы, если краткосрочные экономические интересы ставятся выше всего остального, игнорируя потребности местного населения. Стратегия развития устойчивого туризма на природных территориях состоит в управлении процессом посещения таким образом, чтобы минимизировать негативные экологические воздействия еще до того, как они произойдут. Как показывает исследование, чувство ответственности экотуристов формируется в низко-инфраструктурных типах экотурских систем. Это объясняется тем, что низко-инфраструктурный экотуризм, независимо от того, имеет ли он управление, инициированное резидентами или правительством, предоставляет возможности для форми-

рования чувства ответственности у туристов путем предоставления действенных образовательных и интерпретационных программ, разрабатываемых на основе специфики природных и культурных ресурсов, вместо расширения туристской инфраструктуры (Choi, Y. et. al., 2017).

В традиционном понимании туристские тропы предстают как маршруты движения туристов и рекреантов. В национальном стандарте Российской Федерации ГОСТ Р 56642-2021 «Туристские услуги. Экологический туризм. Общие требования», утвержденном 29 декабря 2021 г. с датой введения в действие 30 июня 2022 г., экологические туристские тропы определяются как «обустроенные и особо охраняемые экотуристские маршруты, создаваемые с целью экологического просвещения населения через установленные по маршруту знаки туристской навигации, например, информационные стенды». Экотуристские тропы являются важнейшим элементом инфраструктуры. Их организация предполагает трассирование путей для передвижения посетителей особо охраняемых природных территорий между основными пунктами на территории: входами и объектами показа. Прокладка экотуристских троп призвана обеспечить наиболее комфортный и кратчайший путь между объектами показа, а с другой — сделать возможными продолжительные прогулки по ООПТ (Rukovodstvo, 2019). Экологические тропы строятся по общему принципу — показать на маршруте как можно больше природных объектов, ландшафтов, как уникальных, так и типичных для той или иной территории. Важная и самая сложная задача для ООПТ — совместить задачу сохранения природы с инфраструктурой приёма гостей, размещения, с определением допустимой нагрузки на экосистемы.

Под «устойчивой тропой» понимается немоторизованный путь, последовательно соединяющий места расположения достопримечательностей или сервисных объектов, которые планируются с учетом использования природных, культурных и экономических ресурсов устойчивым образом. Устойчивые экотропы отвечают следующим критериям устойчивости: способствуют достижению целей развития охраняемой территории; позволяют посетителям реализовать желаемые и ожидаемые впечатления; обеспечение рационального использования ресурсов (т.е. минимально приемлемые условия для использования ресурсов); схема маршрута должна ограничивать негативное воздействие на ресурсы (Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007).

Между устойчиво управляемым туризмом и охраной природы существуют взаимные выгоды, поскольку туризм может внести значительный вклад в сохранение биоразнообразия, которое является важным активом природного туризма. Поддержание устойчивого использования ресурсов обеспечивает экологический опыт туристов и получение экономических выгод. Как правило, ожидается, что развитие экотуризма сведет к минимуму негативное воздействие на окружающую среду, поскольку от ее качества зависит уровень предоставляемых услуг и степень удовлетворенности туриста. Экотуристские практики обычно организуются специализированными туроператорами для небольших групп с учетом норм пропускной способности экотроп и определенных методов работы с туристами. Определенные ЮНВТО индикаторы помогают оценить уровень достижения устойчивого развития туризма на природных территориях и помочь в установлении контроля над эффектами туризма (Eddyono, F. et. al., 2021).

Экологические тропы должны обеспечивать надежное и безопасное передвижение на природных территориях. Экотуристская деятельность часто проводится в отдаленных районах со сложными природными условиями, например, путешествия в дикую природу. Некоторые авторы называют обеспечение безопасности второй по важности функцией экотуризма, уступая только природоохранной (Eddyono, F. et. al., 2021).

Система туристских отношений есть одновременно и процесс, и результат взаимодействия личных выборов поведения, личных мотиваций и ограничений (Aleksandrova, A. YU., 2014). Туризм на ООПТ имеет много заинтересованных

сторон, каждая из которых имеет свои собственные ценности и задачи.

При планировании троп устойчивого туризма следует учитывать две взаимосвязанные группы критериев: «критерии пропускной способности» и «критерии возможностей для посетителей», причем каждая группа имеет свою собственную цель и собственный набор показателей и требований. Пропускная способность определяется максимальным количеством людей, которые могут одновременно посещать туристские объекты, не причиняя экологического, социокультурного, экономического ущерба и не допуская снижения качества удовлетворенности посетителей. Пропускная способность определяет тип, плотность и траектории развития туристских маршрутов, которые конкретная функциональная зона ООПТ может поддерживать на неопределенно долгий срок без деградации природных, культурных и экономических ресурсов сверх определенных пороговых значений.

Критерии возможностей для посетителя, которым должны удовлетворять устойчивые экологические тропы, определяются наличием и содержанием аттракций и услуг в условиях, которые позволяют туристам реализовать желаемый и ожидаемый опыт. Проектируемые экологические тропы должны удовлетворять потребностям посетителей, предоставляя им услуги и опыт, наиболее точно соответствующие их цели посещения (Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007). Следует регулярно анализировать поведение туристов, занимающихся экотуризмом, в том числе и на основе их цифровых следов, прогнозировать рыночные тенденции в целях повышения эффективности предложения дестианаций экотуризма.

Планирование структуры и функционирования устойчивой туристской инфраструктуры на природных территориях должна осуществляться с позиций посетителей. Данные о потенциальных целевых аудиториях, выявление их потребностей и приоритетов (включая их изменения) являются отправной точкой для планирования устойчивых маршрутов в целях управления конфликтами интересов. Информация о различных категориях посетителей природных территорий является необходимой для планирования и проектирование сетей туристских троп в целях управления природным и культурным опытом туристов.

Методы сегментации посетителей — группировка посетителей на основе выявленных общих характеристик — уже доказали свою актуальность в планировании туристских направлений и управлении дестинациями. Проведенные социологические исследования выявили пять основных мотиваций, на основании которых клиенты выбирают туры в природу — познавательные и приключенческие: улучшение физической формы и здоровья; неформальное общение; новые впечатления и приключения; познание себя и природы; «бегство» от городской тесноты и стрессов. В последнее время на выбор места отдыха туристом все большее влияние оказывают этика, моральные ценности, забота об окружающей среде и ее экосистемах, включая защиту живой природы, а также желание оказать положительное влияние на местные сообщества. Люди, выбирающие ответственные путешествия на природные территории, прежде всего, мотивированы желанием воссоединиться с природой, черпать ее энергию.

В руководстве по проектированию объектов инфраструктуры на ООПТ, составленном Агентством стратегических инициатив, выделяется 5 основных типов троп, различающихся по категориям пользователей: экстремальная, походная, прогулочная, экскурсионная и общего пользования (Rukovodstvo, 2019).

Bas Boers и *Stuart Cottrell* предлагают выделять два сегмента посетителей охраняемых природных территорий, условно называя их «культура» и «природа», отличающиеся поведенческими моделями. Представители первого сегмента отдают предпочтение познанию природной среды посредством образовательных практик и приобретение реального опыта через погружение (Bas Boers & Stuart Cottrell, 2007). «Движущей силой» является так называемый «туризм последней возможности», предоставляющий возможность увидеть редкие и находящиеся под угрозой

исчезновения природные достопримечательности.

Исследователи из Университета Гриффита в Квинсленде (Австралия) провели опрос среди посетителей национальных парков страны с целью измерения индекса личного благополучия (PWI), который учитывает семь критериев: уровень жизни, здоровье, достижения в жизни, отношения, безопасность, связи с сообществом и безопасность в будущем. Они пришли к выводу, что посещение национального парка повышает PWI людей в среднем на 2,2%, что позволяет говорить о существовании связи между посещением природных территорий и улучшением психического здоровья и благополучия (Fleming S., 2019). Природные территории предоставляют туристам время и пространство для саморефлексии. Психологи подчеркивают, что связи человека с природой коренятся в его эмоциональных реакциях на нее, а привязанность к чему-либо формируется на основе собственного реального опыта. Установлено, что фотографии с красивыми пейзажами могут лишь временно поднять настроение, лишь продолжительное общение с природой может восстановить психоэмоциональное состояние людей и предоставить им возможности для внутренней трансформации. Самая глубокая и сильная привязанность между человеком и природой порождает «духовный» опыт, в котором люди ощущают себя частью более широкой реальности, что придает смысл их собственной жизни (Curtin S., Kragh G., 2014). С учетом того, что туристы стали путешествовать с целью поиска опыта с более глубоким эмоциональным откликом и смыслом, существует необходимость в концептуальных программах, позволяющим природным территориям осознать себя в качестве агентов трансформации.

Сегмент целевой аудитории, именуемый «культура», ориентирован на посещение местных сообществ, культурных памятников и получение культурного опыта. Запрос на новый культурный опыт, а именно, приобретение новых навыков, аутентичный опыт общения с местными жителями, волонтерство как часть путешествия, как нельзя лучше соответствует критериям Глобального совета по устойчивому туризму (GSTC), разработанным в целях обеспечения общего понимания устойчивого туризма [Kriterii, 2019). Активное и ответственное взаимодействие туристов с местными жителями, погружение их в культурную среду и процесс сотворчества направлено на формирование качественно нового туристского опыта, способствует повышению уровня интерпретации «другой» культуры и сохранению культурного наследия, что является неотъемлемым условием развития культурной устойчивости туристской территории. Приобретенный опыт помогает туристу установить с природой и культурой «личное» отношение и формировать устойчивые связи. (Melo, C. et. al, 2021; King, H. et. al., 2020).

Экологические тропы предлагают набор базовых туристских услуг на основе имеющейся на маршруте инфраструктуры. В зарубежной литературе предлагается модель функционирования устойчивой туристской тропы с указанием ее существенных элементов (Widawski, K. & Oleśniewicz, P., 2019). Главным элементом определяется *продукт* как всеобъемлющая идея, которая определяет успех и пути развития туризма. Предложены характеристики тропы, наличие которых позволяет назвать продукт устойчивым. Он должен быть произведен с использованием методов, характерных для региона происхождения, и основан на местных традициях, что обеспечивает его аутентичность, востребованную у потребителей. Местное сообщество, непосредственно участвуя в производстве турпродукта, обеспечивает экономические выгоды, а также стимулирует инициативы по сохранению ресурсов. Таким образом, локальность и аутентичность турпродукта повышает его устойчивость.

Важным условием реализации туристских функций является наличие у туристского продукта экологического сертификата, выданного специализированным учреждением. Соответствующий сертификат повышает степень экологичности туристской тропы и ее элементов в представлении целевой аудитории. Как показывают социологические ис-

следования, респонденты отмечают дефицит информации о соответствии предлагаемых услуг критериям устойчивого развития туризма, а также отсутствие заслуживающей доверия сертификации устойчивости туристских услуг, что, в свою очередь, являются существенными препятствиям для совершения ответственных путешествий (Sustainable Travel Report, 2021). 72% путешественников по всему миру говорят, что они не знали о существовании экомаркировки для жилья для отдыха; 70% из них заявляют, что с большей вероятностью забронируют жилье, зная, что оно экологически чистое; 62% предпочли бы средство размещения, если бы знали, что оно имеет экомаркировку; и 37% заявляют, что международный стандарт для определения экологичного жилья поможет им путешествовать более рационально [Sustainable Travel Report, 2019). Можно утверждать, устойчивые услуги в сфере туризма станут более заметными для потребителей, если они будут сертифицированными. Количество сертификатов также имеет значение. Иногда один элемент тропы имеет более одного сертификата, что повышает уровень доверия к тропе и месту в целом.

«Чувство долга заботиться об окружающей среде», «чувство обязанности практиковать экологически безопасные виды деятельности», «чувство обязанности покупать экологически чистые продукты», «чувство долга поддерживать экологически безопасные новации» определяются важными внутренними характеристиками человека, которые могут мотивировать его к выполнению ряда действий, направленных на защиту окружающей среды и поддержание ее устойчивости. Всё большее количество туристов используют в путешествии экологически чистые виды транспорта, экологичные средства размещения, покупают перерабатываемые и органические продукты питания (Bashir, S. et. al, 2021). С учетом того, что устойчивость стала охватывать все составляющие туристского опыта, важным критерием продукта, предлагаемого туристской тропой, является уровень развития туристских функций. Возможная продолжительность потребления продукта зависит от наличия, содержания и качества предложения дополнительных услуг, включая посещение специализированных музеев, мастер-классов, экскурсий с гидом и без него и т.д. Можно ожидать, эти показатели достигают максимальных значений, если туристское предложение включает в себя услуги размещения и питания (Sustainable Travel Report, 2019).

Устойчивая туристская тропа должна быть представлена эффективно организованным и целостным туристским продуктом, что зависит от степени выполнения туристских функций элементами тропы и доступности каждого объекта тропы для туристов. Участие местных властей является важным фактором, стабилизирующим работу тропы и имеющим большое значение для ее устойчивости. Участие местных инициативных групп не менее важно, чем участие властей, поскольку они наиболее полно выражают интересы местного сообщества, проявляя заботу об устойчивой деятельности.

Важную роль в достижении устойчивого развития экологической тропы как элемента природной территории играет маркетинг, который является интегрирующим средством для всех факторов повышения устойчивости путем понимания потребностей рынка, формирования социально-экологически устойчивого спроса, разработки экологически сбалансированных продуктов, продвижения лучших туристских предложений и выявления более эффективных способов общения на почве изменения поведения всех участников деятельности региона (Dagman S., 2019). Маркетинговые усилия должны быть направлены на выявление целевых сегментов потребительского рынка, имеющих ценности, убеждение и поведенческие намерения в достижении устойчивого развития, а также на поиск убедительной мотивации покупать продукты, признанные устойчивыми именно из-за своих специфических характеристик. Важно использовать концепты «экологичности» или «устойчивости» в продвижении в реальном или виртуальном пространстве при информировании о продукте экологической тропы. Наличие релевантной информации об устойчивых

предложениях существенно для принятия решения. Сообщения должны содержать достоверные, полезные и воспринимаемые сведения, достаточные для принятия решений о поездке и оказывающие влияние на покупательское поведение. Целевые сегменты аудитории с большей вероятностью положительно отреагируют на сообщения о практиках устойчивого развития, преимущества которых они могут испытать на себе (Xavier Font & Scott McCabe, 2017).

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитие устойчивости процессов на сегодняшний день выдвигается в качестве одной из важнейших проблем в практике управления туризмом. Исследование показывает, что под влиянием факторов внешней среды туристы стали больше ценить качество окружающей среды, имеют желание действовать ответственно и выступают за повышение экологичности путешествий. Это позволяет говорить о необходимости создания приемлемых условий для реализации концепции устойчивого туризма на природных территориях, что предполагает изменение бизнес-модели туристских территорий и поведенческих паттернов потребителей туристских услуг.

В последние годы российская сфера туризма демонстрирует большие возможности для развития экотуризма. ООПТ создают новые и модернизируют существующие музеи, визит-центры, разрабатывают туристские маршруты, обустраивают экологические тропы, смотровые площадки, создаются объекты для размещения посетителей и т.д. Однако часто они по-прежнему продолжают практиковать традиционные формы работы с посетителями, преимущественно, просветительские мероприятия экскурсионной направленности. Для формирования удовлетворенности и лояльности аудитории требуется предложение более эффективных способов взаимодействия посетителей и природных территорий. Для достижения устойчивости ООПТ должны предлагать продукты с акцентом на особых свойствах получаемого туристом опыта, таких как осознанность, аутентичность, индивидуальность, интерактивность, эффективность, что помогает решить проблему сезонности и создать устойчивый и стабильный спрос.

По оценкам Ростуризма, доля экотуризма составляет не более 2% от всего российского туристского рынка, однако привлекательность природных территорий как объектов туризма возрастает, что требует от них требует переоценки существующих управленческих практик для обеспечения эффективного диалога всех заинтересованных сторон по вопросам развития устойчивого туризма.

Экологическая тропа, как один из важнейших элементов экосистемы ООПТ, должна укладываться в вышеизложенные постулаты, способствуя реализации идеи устойчивого туризма, когда деятельность, осуществляемая туристами, не приводит к потерям или необратимым изменениям в природной среде, в то же время принося пользу туристам, местным сообществам, а также лицам и предприятиям, предоставляющим туристские услуги. Устойчивые экологические тропы создаются из следующих целей: рассредоточить посетителей и доходы от туризма; вовлечение менее известных достопримечательностей в производство туристского продукта; повысить общую привлекательность дестинации; увеличить прибытия и расходы туристов; увеличить количество новых и возвратных туристов; повысить устойчивость туристского продукта; снижение сезонности прибытий; поддержание и улучшение благосостояния местных сообществ.

Важным этапом планирования устойчивой туристской тропы является создание туристского продукта на основе предлагаемой ценности. Продукт — ценность, которая является основой создания туристского маршрута — всегда является ключевым элементом тропы. Он должен быть хорошо продуман. Продукт должен представлять регион с одной стороны, и соответствовать принципам устойчивого развития туризма — с другой. Следует учитывать потребности туристов с акцентом на индивидуальный, а не массовый характер предложения. Аутентичность продукта, высокое качество элементов

тропы, подтвержденное сертификатами, и способы их туристского использования являются одинаково значимыми с точки зрения устойчивого развития туризма. Туристская инфраструктура, обеспечивающая доступность природных и социокультурных ресурсов, и правильно организованная интерпретация ценности тропы имеют большое значение для ее устойчивого функционирования.

Задача экологической тропы — не только показать достопримечательности, но и донести до путешественника тему единства окружающего мира, взаимосвязанности всех его элементов, подчеркивая ответственность человека за его сохранность. Необходимым является поиск баланса между потребностями туристского рынка и реализацией предлагаемой ценности устойчивого турпродукта. Развитие устойчивого туризма не требует от туристов принести в жертву высокое качество услуг и желаемый опыт. Напротив, экологичность всё чаще рассматривается качественной характеристикой и конкурентным преимуществом турпродукта. Устойчивость стала охватывать все составляющие туристского опыта. Природные территории должны взять на себя ответственность за продвижение продуктов и услуг с более устойчивыми характеристиками, основываясь на лучшем понимании потребностей посетителей и правильном выборе формы коммуникации.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Aleksandrova, A. YU. (2014). Novejshee predstavlenie o sfere turizma kak sisteme. [The latest understanding of tourism as a system]. Sovremennye problemy servisa i turizma. 2014, № 1, 24–38.
2. Barratt B. (2019). Trend report: Eco tourism in 2019. Euronews. 2019, March 1. [Online] Available: https://www.euronews.com/green/2019/01/08/trend-report-eco-tourism-in-2019 (February 25, 2022)
3. Bas Boers & Stuart Cottrell. (2007). Sustainable Tourism Infrastructure Planning: A GIS-Supported Approach, Tourism Geographies, 9:1, 1-21. [Online] Available: DOI: 10.1080/14616680601092824 (March 7, 2022)
4. Bashir, S., Khwaja, M. G. & Mahmood, A. (2021). Mores of the customer base for ecotourism industry: Development and validation of a new measurement scale. PLoS One. 2021; 16(2): e0246410. Published online 2021 Feb 18. doi: 10.1371/journal.pone.0246410 [Online] Available: https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC7891728/ (February 25, 2022)
5. Choi, Y., Doh, M., Park, S., & Chon, J. (2017). Transformation planning of Ecotourism Systems to Invigorate Responsible Tourism. Sustainability, 9(12), 2248. [Online] Available: https://doi.org/10.3390/su9122248 (March 7, 2022)
6. Curtin S., Kragh G. (2014). Wildlife Tourism: Reconnecting People with Nature. Human Dimensions of Wildlife. 2014, Vol. 19, Issue 6, 545-554. [Online] Available: https://doi.org/10.1080/10871209.2014.921957 (February 25, 2022)
7. Dagman S. (2019). Konceptual'nye podhody k ustojchivomu turizmu na osnove ispol'zovaniya integral'nyh metodov marketinga. [Conceptual approaches to sustainable tourism based on the use of integrated marketing methods]. Ekonomicheskie otnosheniya. 2019, Tom 9, № 4, 3115-3128. [Online] Available: DOI:10.183 3 4 /eo.9.4.41297. (March 7, 2022)
8. Eddyono, F., Darusman, D., Sumarwan, U. and Sunarminto, F. (2021). Optimization model: the innovation and future of e-ecotourism for sustainability. Journal of Tourism Futures, 18 November 2021. [Online] Available: https://doi.org/10.1108/JTF-03-2021-0067 (March 5, 2022)
9. Fleming S. (2019). This is the economic and health value of national parks. World Economic Forum. 22 Nov 2019. [Online] Available: https://www. weforum.org/agenda/2019/11/national-parks-mental-health-wellbeing/ (February 25, 2022)
10. Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook. (2004). World Tourism Organization. Madrid: the Organization, 2004. 507 p. [Online] Available: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284407262 (February 25, 2022)

11. King H., García-Rosell J.-C., Noakes S. (2020) Promoting children-nature relations through play-based learning in ecotourism sites. Journal of Teaching in Travel & Tourism. Vol. 20, Issue 3. 190-201. [Online] Available: https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/15313220.2020.1797612 DOI: 10.1080/15313220.2020.1797612 (February 25, 2022)
12. Kriterii dlya destinacij. Versiya 2.0. (2019). [Destination Criteria v2.0]. Global'nyj sovet po ustojchivomu turizmu. [Online] Available: https://www.gstcouncil.org/wp-content/uploads/GSTC-Destination-Criteria-v2.0-RUSSIAN.pdf (March 7, 2022)
13. Melo, C., Richards, G. and Smith, M.K. (2021) Transformational Tourism Experiences: A new communication path for destinations and service providers. In Dinis, M.G., Bonixe, L., Lamy, S. & Breda, Z. (eds) Impact of New Media in Tourism, Hershey, PA: IGI Global, 210-233. [Online] Available: DOI: 10.4018/978-1-7998-7095-1.ch013 (March 7, 2022)
14. Paul F. J. Eagles, Stephen F. McCool and Christopher D. Haynes. (2002). Sustainable Tourism in Protected Areas. Guidelines for Planning and Management. Best Practice Protected Area Guidelines Series No.8. Prepared for the United Nations Environment Programme, World Tourism Organization and IUCN — The World Conservation Union. Ed. By A. Phillips. [Online] Available: https://www.wildnet.ru/images/stories/bibl/UstoichivyiTurizm2.pdf (March 7, 2022)
15. Resolution of the 4th International conference "Sustainable Tourism: Global Challenges and Russian Perspective". Sochi, Rosa Khutor, October, 2021. [Online] Available: https://eco-russia.org/resolution/ (March 7, 2022)
16. Rukovodstvo_po_funktsionalnoy_organizatsii_OOPT. (2019). [Guidelines for functional organization PAS]. Agentstvo strategicheskih iniciativ po prodvizheniyu novyh proektov. [Online] Available: https://bp.irklib.ru/wp-content/uploads/2020/06/3_Rukovodstvo_po_funktsionalnoy_organizatsii_OOPT.pdf (March 7, 2022)
17. Strategiya (2019). Strategiya razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda. [Tourism development strategy in the Russian Federation for the period up to 2035.] Pravitel'stvo Rossijskoj FedERACII. Rasporyazhenie ot 20 sentyabrya 2019 g. № 2129-r. Moskva. [Online] Available: http://static.government.ru/media/files/FjJ74rYOaVA4yzPAshEulYxmWSp B4lrM.pdf. (December 25, 2021).
18. Sustainable Travel Report. (2019). Booking.com 2019. Global Travelers prefer eco-friendly accommodation. — Global Sustainable Tourism Council (GSTC). April 25th, 2019. [Online] Available: https://www.gstcouncil.org/booking-com-sustainable-travel-report-2019/ (March 7, 2022)
19. Sustainable Travel Report. (2021). Booking.com's 2021. Sustainable Travel Report Affirms Potential Watershed Moment for Industry and Consumers. [Online] Available: file:///C:/Users/asus/Downloads/booking.comsustainabletravelreport2021%20(1).pdf. (March 7, 2022)
20. TASS. (2019). Rosturizm: ekoturizm v strukture rynka RF zanimaet dolyu v pyat' raz men'she, chem v mire. [Rostourism: the share of ecotourism in the structure of the Russian market is five times less than in the world]. PMEF-20196 IYUN 2019. [Online] Available: https://tass.ru/obschestvo/6518680 (March 7, 2022)
21. UNWTO (2005). UNWTO: Reference: Making Tourism More Sustainable — A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005, 11-12. [Online] Available: https://www.unwto.org/sustainable-development (February 25, 2022)
22. Widawski, K. & Oleśniewicz, P. (2019). Thematic Tourist Trails: Sustainability Assessment Methodology. the case of land flowing with milk and honey. — Sustainability, 11(14), 3841. [Online] Available: https://doi.org/10.3390/su11143841 (March 7, 2022)
23. Xavier Font & Scott McCabe. (2017). Sustainability and marketing in tourism: its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. — Journal of Sustainable Tourism, 25:7, 869-883. [Online] Available: DOI: 10.1080/09669582.2017.1301721 (March 7, 2022)

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-35-40

Анализ журналов и публикационной активности в сфере туризма и рекреации

Analysis of journals and publication activity in tourism and recreation

Гриненко Светлана Викторовна,
доктор экономических наук, профессор,
Сочинский государственный университет г. Сочи, Россия
svgrinenko@sutr.ru

Приходько Людмила Николаевна,
кандидат технических наук, доцент
Сочинский государственный университет г. Сочи, Россия
miladon1@yandex.ru

Svetlana Grinenko
doctor of economic sciences, professor,
Sochi State University Sochi, Russia

Ludmila Prikhodko
candidate of technical sciences, associate professor
Sochi State University Sochi, Russia

Аннотация. Представлен обзор публикационной активности в российских журналах в сфере туризма и гостеприимства. Обзор направлен как на анализ журналов, осуществляющих публикации в данной сфере, так и на анализ публикационной активности Сочинского государственного университета, являющегося ведущим в области исследований и подготовки кадров в туризме и рекреации.
Ключевые слова: публикации, журналы, статьи, туризм, рекреация.

Jel code: Z3, P00

Abstract. An overview of publication activity in Russian journals in the field of tourism and hospitality is presented. The review is aimed both at the analysis of journals that publish in this area, and at the analysis of the publication activity of Sochi State University, which is a leader in the field of research and training in tourism and recreation.
Keywords: publications, magazines, articles, tourism, recreation.

1. ВВЕДЕНИЕ

Вопросы публикационной активности и результативности науки в профессиональном сообществе рассматриваются многими исследователями как в научных статьях, так и аналитических обзорах. В связи с изменениями в требованиях к публикациям на основе Постановления Правительства РФ от 19.03.2022 № 414 «О некоторых вопросах применения требований и целевых значений показателей, связанных с публикационной активностью» возникла необходимость как пересмотра требований к показателям эффективности деятельности ППС вузов, так и к новым подходам к публикациям в российских журналах. Это обусловило важность рассмотрения возможностей для публикации результатов научных исследований в сфере туризма и гостеприимства.

В процессе оценки под публикационной активностью понимаем результат научно-исследовательской деятельности автора или научного коллектива авторов (организации, региона, страны), воплощенный в виде научной публикации, например, журнальной статьи, статьи в коллективном сборнике, доклада в трудах научной конференции, авторской или коллективной монографии, опубликованного отчета о НИР.

Исследование имеющихся журналов и возможностей для публикации именно в сфере туризма, сервиса и гостеприимства основано на предположении, выдвигаемом рядом исследователей и озвученное, например, Литваком М., что «когда единые количественные требования предъявляются всем ученым во всех областях науки, наука в целом от этого может только проиграть. Нормы публикаций для гуманитариев и естественников сильно отличаются, и, если в математике человек способен сделать открытие довольно рано, в филологических дисциплинах требуются годы на накопление материала и передачу знаний в рамках научных школ. ..... Поэтому требования, предъявляемые к публикациям ученых, должны учитывать некоторый ряд особенностей, варьирующихся от отрасли к отрасли и от темы к теме. Только тогда они не станут в науке инструментом слепого отбора тех, кто умеет составить хороший отчет» [5].

2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ

Как справедливо отметил Соколов Д.В.: «в научно-исследовательской деятельности особое место занимает вопрос о развитии самой науки как специфической сферы человеческой деятельности» [7]. И, безусловно, публикационная активность, возможность оценки результативности и эффективности деятельности исследователей и преподавателей является предметом оценок, исследований и внимания большого количества авторов. Это также подтверждается тем, что поиск по ключевому словосочетанию «публикационная активность» в системе eLIBRARY дает цифру в 1068 статей.

В статьях рассматриваются подходы к определению предельного количества статей, подаваемых российскими авторами в научные журналы [1]; типовая структура публикационного потока, которая в настоящее время отражает конъюнктуру отчетности по результатам научной деятельности, а не систему научных коммуникаций, в связи с чем люди науки вынуждены подстраиваться под отчетные показатели [8].

Авторы также уделяют внимание аналитическим обзорам литературы, посвященной оценке публикационной активности как инструменту управления по результатам в сфере науки [4].

В представленном обзоре уделено внимание определенной предметной области исследований — сфере рекреации и туризма

3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Исследование проводилось методом контент-анализ. За единицу анализа были взяты слова и словосочетания: «*туризм*», «*гостеприимство*», «*рекреация*», «*туристско-рекреационный комплекс*». Представленный обзор проведен с использованием данных НЭБ eLIBRARY [2], национальной библиографической базы данных научного цитирования — Российского индекса научного цитирования (РИНЦ).

Поскольку РИНЦ предназначен для оперативного обеспечения научных исследований актуальной справочно-библиографической информацией, является мощным аналитическим инструментом, позволяет осуществлять оценку результативности и эффективности деятельности научно-исследовательских организаций, ученых, уровень научных журналов, то это позволило провести представленный анализ как журналов в сфере туризма и гостеприимства, так и публикационной активности авторов в данной сфере.

Для анализа из приведенного рубрикатора, связанного с тематикой исследований, выбираем две области:

1. Внутренняя торговля. Туристско-экскурсионное обслуживание.

2. Экономика. Экономические науки.

Выбор обусловлен тем, что в соответствии с новой номенклатурой научных специальностей [6] предметная область «Рекреация и туризм» относится к области науки:

5. Социальные и гуманитарные науки, группе научных специальностей;

5.2. Экономика, научная специальность;

5.2.3 Региональная и отраслевая экономика.

Следует также учесть, что туризм — многоотраслевой комплекс, что обусловливает наличие работ по туризму во многих смежных отраслях науки- география, психология, медицина и др., но в обзоре остановимся на двух названных.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

На первом этапе посмотрим, какое количество журналов соответствует тематике «Внутренняя торговля. Туристско-экскурсионное обслуживание» — 56 журналов, «Экономика. Экономические науки» — 1234 журнала. При распределении журналов согласно интегральному показателю научного журнала в рейтинге Science index за 2020 год по экономическим наукам на первом месте журнал «Форсайт» с рейтингом 13,263, на втором — «Вопросы экономики» с рейтингом 13,160, на третьем месте «Экономика региона» с индексом 9,753, последний в десятке «Вестник Санкт-Петербургского университета. Экономика» с индексом 4,365. Из 480 журналов 3 имеют нулевой индекс — «М. Рыскулбеков атындагы

№	Название журнала	Показатель
1.	Сервис в России и за рубежом	1,527
2.	Современные проблемы сервиса и туризма	0,661
3.	Сервис plus	0,569
4.	Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса	0,390
5.	Торгово-экономический журнал	0,122
6.	Туризм и гостеприимство	0,100
7.	Вестник Национальной академии туризма	0,080
8.	Туризм: право и экономика	0,057
9.	География и туризм	0,048
10.	Сфера услуг: инновации и качество	0,042
11.	Товаровед продовольственных товаров	0,022
12.	Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы	0,006

№	Название журнала	Показатель
1.	Туризм: право и экономика	0,145
2.	Сервис plus	0,024
3.	Вестник Национальной академии туризма	0,011
4.	Современные проблемы сервиса и туризма	0,007
5.	Сервис в России и за рубежом	0,003
6.	Товаровед продовольственных товаров	0,001

Рисунок 1. **Рейтинг журналов по тематике «Внутренняя торговля. Туристско-экскурсионное обслуживание» за 2020 и 2010 год**

Таблица 1

Представленность журналов в различных категориях

	Всего журналов в eLIBRARY	Экономика. Экономические науки		Внутренняя торговля. Туристско-экскурсионное обслуживание	
		Всего журналов	Доля, %	Всего журналов	Доля, %
База данных RSCI	872	33	3,78	0	0,00
Ядро РИНЦ	1311	43	3,27	0	0,00
ВАК	295	295	9,03	6	0,18
Всего	74361	1235	1,66	56	0,07

Таблица 2

Публикации по ключевым словам, (количество)

	По РИНЦ	По Ядру РИНЦ
туризм	27426	540
рекреация	13787	245
гостеприимство	1173	31
санаторно-курортный комплекс	603	18
туристско-рекреационный комплекс	574	16

Кыргыз экономикалык университетинин кабарлары», «Региональный экономический журнал», «Журнал прикладных исследований».

При распределении журналов по тематике «Внутренняя торговля. Туристско-экскурсионное обслуживание» согласно интегральному показателю научного журнала в рейтинге Science index за 2020 год в рейтинг попали всего 12 журналов: на первом месте журнал «Сервис в России и за рубежом» с рейтингом 1,527, на втором — «Современные проблемы сервиса и туризма» с рейтингом 0,661, на последнем месте «Курортно-рекреационный комплекс в системе регионального развития: инновационные подходы» с индексом 0,006. Справедливости ради отметим, что в 2010 в рейтинге были только 6 журналов. При этом «Сервис в России и за рубежом» значительно нарастил показатели подняв рейтинг с 0,003 до 1,527, «Сервис plus» вырос с 0,024 до 0,569 (рис. 1).

Но показатели журналов по даже по двум выбранным категориям различаются значительно.

Далее проведем анализ представленности журналов по названным тематикам в различных категориях: База данных RSCI, Ядро РИНЦ, ВАК — таблица 1. Данные свидетельствуют о недостаточном количестве журналов исследуемых тематик в базе eLIBRARY. Всего журналов по экономическим наукам 1,66 %, а по туризму — 0,07%. При этом журналов, рекомендованных ВАК по экономике — 9,03 %, по туризму — 0,18 %. Анализ журналов в Ядре РИНЦ и Базе данных RSCI показал, что журналы по туризму отсутствуют, по экономике в среднем 3,5 %.

Данная ситуация не только значительно влияет на возможность публикаций исследователей, работающих по исследуемой тематике, но и снижает качество публикаций, поскольку для выполнения требований по публикационной активности в отсутствии свободного выбора ППС выбирают журналы не всегда с высокими рейтинговыми показателями, а наиболее доступные.

В 2022 году журналов, рекомендованных ВАК по туризму — 6: «Туризм: право и экономика», «Вестник Национальной

№	Ключевое слово	Публ.
1.	ТУРИЗМ	27426
2.	РЕКРЕАЦИЯ И ТУРИЗМ)	13787
3.	ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ	2535
4.	ВНУТРЕННИЙ ТУРИЗМ	1848
5.	СЕЛЬСКИЙ ТУРИЗМ	1626
6.	ИНДУСТРИЯ ТУРИЗМА	1195
7.	СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ	1069
8.	МЕЖДУНАРОДНЫЙ ТУРИЗМ	1034
9.	РАЗВИТИЕ ТУРИЗМА	933
10.	СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ	903

Рисунок 2. **Публикации по ключевому слову «туризм» — ТОП-10**

академии туризма», «Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса», «Сервис plus», «Современные проблемы сервиса и туризма», «Сервис в России и за рубежом», при этом три последних — издаются в издательстве Российского государственного университета туризма и сервиса.

Далее представим контекстный анализ по ключевым словам: «*туризм*», «*гостеприимство*», «*рекреация*», «*туристско-рекреационный комплекс*», *«санаторно-курортный комплекс» — таблица 2, рис. 2.*

В таблице представлены количественные показатели публикаций с ключевыми словами в сфере туризма и рекреации. Наблюдается значительный разрыв как между самими словами, так и с указанием данных ключевых слов в публикациях, относящихся к Ядру РИНЦ. На рисунке 2 представлен ТОП — 10 слов при указании в поиске слова «туризм». На втором месте словосочетание «рекреация и туризм», что, по нашему мнению, связано с аналогией использования данных категорий. С третьего места — виды туризма — экологический, внутренний, сельский — как подтверждение наиболее приоритетных для развития видов туризма в условиях новой реальности.

При этом следует отметить, что поиск по ключевому слову «tourism» в базе данных международного цитирования Scopus [3] показывает 121556 результатов, по ключевому слову «hospitality» — 19152 результата, «recreation» — 56497 результатов.

5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

На основе проведенного обзора отметим следующее: исследований в области туризма, рекреации и гостеприимства неизмеримо мало, эта предметная область не входит в перечень приоритетных, несмотря на то, что это один из важнейших аспектов здоровьесбережения населения, особенно в условиях новой реальности. Последствия пандемии, значительное количество людей с ОВЗ, краткосрочные отпуска, постоянный стресс — все это негативно сказывается на здоровье нации и прямо влияет, на качество трудовых ресурсов и экономику.

Именно туризм и рекреация могут стать основой для сглаживания и нивелирования названных негативных тенденций, что обусловливает необходимость разработки новой методологии туристской деятельности, новационных

методик, технологий и инструментов организации туристской деятельности в соответствии с сигналами и потребностями общества. Это говорит о необходимости исследований в данной предметной области и возможности публиковать результаты исследований для их апробации и тиражирования.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Bolshakov D.Yu. The ultimate publication activity of the Russian authors of the scientific journals. Scholarly Research and Information. 2021;4(3):94-105. https://doi.org/10.24108/2658-3143-2021-4-3-94-105
2. eLIBRARY // https://www.elibrary.ru/defaultx.asp, zdes' i dalee predstavlennaya analitika
3. Scopus // https://www.scopus.com/
4. Kalgin A.S., Kalgina O.V., Lebedeva A.A. Ocenka publikacionnoj aktivnosti kak sposob izmereniya rezul'tativnosti truda uchenyh i ee svyaz' s motivaciej // Voprosy obrazovaniya. 2019. №1.
5. Litvak M. Publikacionnaya aktivnost': PRO ET CONTRA // Informacionnyj portal professorov RAN — http://prof-ras.ru/index.php?option=com_k2&view=item&id=711:publikatsionnaya-aktivnost-pro-et-contra
6. Prikaz Ministerstva nauki i vysshego obrazovaniya Rossijskoj Federacii ot 24.02.2021 № 118 «Ob utverzhdenii nomenklatury nauchnyh special'nostej, po kotorym prisuzhdayutsya uchenye stepeni, i vnesenii izmeneniya v Polozhenie o sovete po zashchite dissertacij na soiskanie uchenoj stepeni kandidata nauk, na soiskanie uchenoj stepeni doktora nauk, utverzhdennoe prikazom Ministerstva obrazovaniya i nauki Rossijskoj Federacii ot 10 noyabrya 2017 g. № 1093» (Zaregistrirovan 06.04.2021 № 62998) // Oficial'nyj Internet-portal pravovoj informacii — http://publication.pravo.gov.ru/Document/View/0001202104060043
7. Sokolov D.V. Publikacionnaya aktivnost' kak naukometricheskij indikator: rossijskij i Mezhdunarodnyj opyt // Upravlenie naukoj i naukometriya. 2014. №15.
8. CHinennaya T.YU., CHebanenko V.V. Publikacionnaya aktivnost' kak pokazatel' statusa uchenogo // Vestnik Rossijskogo universiteta druzhby narodov. Seriya: Literaturovedenie. ZHurnalistika. 2020. T. 25. № 2. S. 386–391. http://dx.doi.org/10.22363/2312- 9220-2020-25-2-386-391

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-41-45

Повышение конкурентоспособности виноградарства Краснодарского края под влиянием санкций и стимулирования развития сельскохозяйственного сектора

Increasing the competitiveness of wine-making in the Krasnodar region under the influence of sanctions and stimulation of the development of the agricultural sector

Самохин Владислав Владимирович,
аспирант кафедры государственного и муниципального управления
ФГБОУ ВО «Российский Экономический Университет имени Г. В. Плеханова»),
г. Москва
E-mail: SamokhinVV@inbox.ru
Научный руководитель
Анопченко Татьяна Юрьевна,
доктор экономических наук, профессор кафедры государственного и
муниципального управления ФГБОУ ВО «Российский Экономический
Университет имени Г. В. Плеханова»), г. Москва
E-mail: Anopchenko.TY@rea.ru

Vladislav Samokhin
Post-graduate student of the Department of State and Municipal Management,
Plekhanov Russian University of Economics), Moscow
supervisor
Tatyana Anopchenko
Doctor of Economics, Professor of the Department of State and Municipal
Administration of the Plekhanov Russian University of Economics), Moscow

Аннотация: *В статье рассматривается современная характеристика состояния винодельческого хозяйства юга Российской Федерации на примере Краснодарского края. Проводится оценка виноградных хозяйств по территориальному признаку, а также определяются перспективы развития данной отрасли в части импортозамещения.*

Ключевые слова: *виноградарство, территориальный аспект, импортозамещение, перспективность развития, Краснодарский край.*

JEL code: Z30

Abstract: *The article discusses the modern characteristics of the state of the wine industry in the south of the Russian Federation on the example of the Krasnodar Territory. An assessment of vineyards on a territorial basis is carried out, and the prospects for the development of this industry in terms of import substitution are determined.*

Key words: *viticulture, territorial aspect, import substitution, prospects for development, Krasnodar Territory.*

1. ВВЕДЕНИЕ

В неблагоприятных современных условиях российский сектор сельского хозяйства ограниченно взаимодействует с мировым рынком, а это значит, что ключевые задачи, стоящие перед отечественными производителями — это развитие конкурентных отношений на внутреннем рынке, повышение устойчивости производств, повышение продуктивности, внедрение высокотехнологичных отечественных разработок и, как следствие, выведение аграрного сектора в число лидирующих производств Российской Федерации. Санкции оказали значительное влияние на развитие сельскохозяйственного сектора и продолжают оказывать существенное влияние не только на отдельные направления, но и на всю отрасль в целом. Мероприятия, проводимые Правительством, направлены на поддержку малого и среднего бизнеса, развитие государственно-частного партнёрства, повышения качества производимых товаров, поставляемых на региональные рынки, увеличение объёмов задействованного отечественного сырья при производстве винной продукции. Министерство сельского хозяйства традиционно ключевую роль отводит Южному федеральному округу Российской Федерации. Развитие уже имеющихся и создание новых винодельческих предприятий находит своё отражение в федеральном законе «О виноградарстве и виноделии в Российской Федерации» от 27.12.2019 № 468-ФЗ, который задаёт тренд развития отрасли в целом.

2. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для написания статьи использованы нормативно-правовые акты и справочная информация Ростуризма Российской Федерации, Администрации Краснодарского края, размещенные на их официальных сайтах; труды российских исследователей. При сборе, обработке и интерпретации полученных данных применялись методы: синтез, сравнение, обобщение, контент-анализ правовой базы и научных работ.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Виноградарство на протяжении всей истории России являлось и остаётся крайне высокорентабельной отраслью. Однако в определённые периоды исторического процесса, лучшие традиции виноградарства были либо нарушены, либо утрачены вовсе. На сегодняшний день перед Правительством стоит важнейшая задача по сохранению территориальных особен-

Таблица 1

Площадь виноградных насаждений в Краснодарском крае

Площадь виноградных насаждений (тысяч гектаров)				
Год	Хозяйства всех категорий	в том числе:		
		сельскохозяйственные организации	хозяйства населения	крестьянские (фермерские) хозяйства
2012	24,6	22,8	1,2	0,7
2013	25,9	23,6	1,3	1,1
2014	25,4	23,0	1,3	1,1
2015	25,0	22,5	1,3	1,3
2016	26,6	23,9	1,3	1,4
2017	27,5	24,6	1,3	1,6
2018	28,2	25,3	1,3	1,8
2019	28,1	25,0	1,2	1,7
2020	28,2	26,0	1,3	2,0
2021	28,3	26,3	1,4	2,2

ностей виноградарства юга Российской Федерации и внедрения современных селекционных и технологических отечественных разработок.

В 2019-2020 годах производительные мощности сельского хозяйства заметно снизились. При проведении мероприятий по сохранению урожайности и повышению плодовитости культур был намечен тренд на увеличение площадей закладки новых виноградных насаждений в Краснодарском крае.

Для полного обеспечения Российской Федерации винной продукцией необходимо 250 тыс. га виноградников. На данный момент импортируемый виноград полностью не заменён на отечественное производство, однако его поставки заметно ограничены. Российская Федерация является четвёртым покупателем виноградного сырья после США, Нидерландов и ФРГ. Таким образом, актуальность исследования подтверждена необходимостью решения вопросов увеличения замещения импортного сырья и увеличения объёмов выпуска готовой продукции.

Интенсивная технология возделывания виноградников Краснодарского края является на сегодняшний день наиболее эффективной и показывает результативность в два раза выше, чем традиционные формы возделывания. Такая технология позволяет решить ряд проблем:

— сократить промежуток между посадкой и началом плодоношения;

— получить максимальную урожайность с меньшей площади посева;

— повысить устойчивость культуры к неблагоприятным климатическим условиями, болезням и технологическим факторам.

Южный федеральный округ традиционно является лидером по размерам виноградных насаждений. В 2020 году они составили 54,44 тыс. га, что составляет почти 66% всех площадей промышленного посева. При этом климатические условия Краснодарского края позволяют выращивать виноградную продукцию высокого класса, способную составить достойную конкуренцию не только на внутреннем, но и на внешнем рынках. Однако освоение потенциальных территорий для выращивания культуры происходит недостаточно интенсивными темпами. Краснодарский край ещё не освоил весь свой потенциал. Хотя край и является лидером среди субъектов Южного федерального округа. Например, если в Ростовской области под виноградники занято 4,2 тыс. га, то в Краснодарском крае — 24,4 тыс. га. В 2021 году виноградари Краснодарского края заложили 1,7 тыс. га новых плантаций для развития отрасли в регионе, при этом, объём государственной поддержки составил около 600 млн рублей.

В 2008 году для поддержания отечественных производителей вина была создана Ассоциация производителей винограда и алкогольной продукции Краснодарского края, главной целью которой является объединение усилий для разработки федеральных и региональных государственных целевых программ и проектов социально-экономического развития, способствующих решению производственных, технологических и экономических задач виноградарско-винодельческой отрасли Российской Федерации. При этом работа строится на следующих принципах:

— поддержка интересов виноградарей и виноделов Краснодарского края;

— обеспечение действенных механизмов государственной поддержки отрасли на федеральных и местных уровнях;

— нормативная работа по совершенствованию и дополнению регламентирующей базы ведения деятельности;

— оперативное взаимодействие с представителями законодательной и исполнительной власти;

— оказание всесторонней помощи членам Ассоциации;

— консультирование и оказание правовой помощи членам Ассоциации.

На сегодняшний день в структуру Ассоциации входят 28 членов производителей винограда и алкогольной продукции Краснодарского края.

Структура земельных угодий Краснодарского края весьма благоприятна для развития виноградарства (рис. 1).

Общая площадь виноградных плантаций на 2021 год составляет 28,3 тыс. га, что составляет 32% от всех площадей

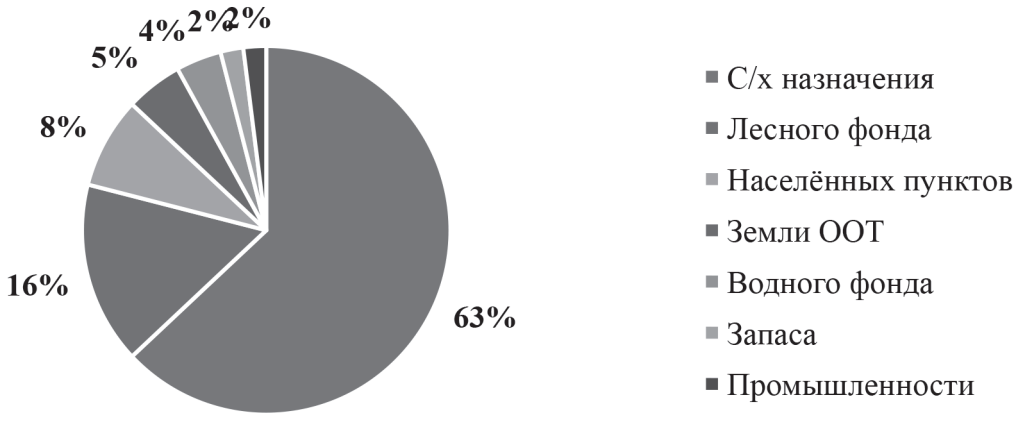

Рис. 1. **Структура земель фонда Краснодарского края по категориям земель**

виноградников Российской Федерации. В 2021 году в Краснодарском крае было собрано 180 тыс. тонн винограда, что на 7% меньше урожая 2020 года. К значительному снижению показателей привели летние подтопления в регионе. Основные виноградники расположены:

— Темрюкский район — 19 тыс. га;
— Анапа — 4 тыс. га;
— Новороссийск — 1,7 тыс. га;
— Крымский район — 1,3 тыс. га;
— Геленджик — 0,3 тыс. га

Климатические условия региона способствуют возделыванию большинства технических сортов. Благоприятные условия для вызревания основных сортов способствуют выработки вин высокого качества благодаря мягким температурным коэффициентам в течение года. Однако иногда происходит заход арктического циклона на территорию региона, что требует дополнительных усилий по сохранению саженцев для успешной перезимовки виноградных насаждений на всей территории Краснодарского края.

Всего в регионе расположено 86 предприятий по переработке виноградного сырья, 147 крестьянских (фермерских) хозяйств.

В Государственном реестре селекционных достижений, допущенных к использованию в производстве, в Краснодарском крае включены следующие типы культур:

— столовые и универсальные для укрывной культуры;
— технические для укрывной культуры;
— межвидовые сорта для неукрывной культуры.

Сортамент виноградной культуры наиболее пригодной для выращивания в Краснодарском крае представлен сортами:

— «Жемчуг Саба»;
— «Мадлен Анжевин»;
— «Шасла белая»;
— «Шасла мускатная»;
— «Чауш»;
— «Мускат венгерский»;
— «Нимранг»;
— «Тайфи розовый».

При этом перечень постоянно пополняется благодаря Анапской зональной опытной станции виноградарства и виноделия (АЗОСВиВ). На станции выращивают не только технические сорта, но и столовые, отличающиеся по сроку наступлению зрелости. При этом во внимание принимается почвенно-климатические зоны Краснодарского края и восприимчивость к болезням. В результате многолетних опытов на станции были выведены такие сортка:

— «Фантазия» — результат скрещивания сортов Янги Ер и Криулянского;
— «Победитель» — Мускат Гамбургский и Нимранга;
— «Тамань» — Кардинал и Криулянский;
— «Белый ранний» — Жемчуг Сабы и Самаркандский гибрид;
— «Рубин АЗОС».

Главным недостатком сортамента является малое количество высококачественных селекционных сортов и малые площади, отведённые под новые экспериментальные сорта. Как отмечают специалисты, на плантациях Краснодарского края такие сорта в настоящее время занимают от 2 500 до 3 000 га или 13% от общей площади виноградников. При этом многие «новые» сорта, создаваемые в рамках опытных станций — сорта, утраченные во время антиалкогольной кампании 1985 года или запустения во время экономического кризиса начала 1990-х годов.

Виноград в регионе в основном возделывается в укрывной форме. Новые вводящие в эксплуатацию плантации обязательно оснащаются системой капельного полива. Действия местного самоуправления, направленные на повышение эффективности выращивания винограда в Краснодарском крае получают всё больше поддержки со стороны Правительства. Важнейшим аспектом развития стало целевое развитие региона как центра туристско-рекреационной деятельности. Это уже привело не только к привлечению новых источников инвестиций, развитию государственно-частного партнёрства, поддержке фермерства, но и созданию базы по проведению исследований в области селекции новых сортов, более рентабельных и устойчивых к внешним воздействиям.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В настоящее время реализуется выведение и распространение традиционных краснодарских технических сортов винограда. На вновь создаваемых виноградниках планируется добиться полного посева культуры, чтобы повысить процент посевных площадей и получить больший урожай даже в случае повторения природных катаклизмов 2020 года.

Усилия Правительства и местных органов самоуправления носят целевой и комплексный характер. Проблеме импортозамещения продукции и развития виноградарской отрасли власти уделяют центральное внимание. Стратегическое планирование, рассчитанное на 2020–2050 года, призвано оказать стимулирующее воздействие на фермерство, а также промышленный сектор, перерабатывающий виноградное сырьё. Законодательные акты, принимаемые на федеральном и местных уровнях, чётко регламентируют меры поддержки от посадки до выведения продукции на новые рынки.

В вопросах сельскохозяйственного обеспечения процесса развития виноградарства Краснодарского края в настоящее время существует большая обеспокоенность в части не только экстенсивного, но и интенсивного расширения культур. Перед селекционерами стоит задача по выведению новых неприхотливых сортов, при этом способных эффективно конкурировать в неблагоприятных погодных условиях региона.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Federal'nyj zakon «Ob osnovah turistskoj deyatel'nosti v Rossijskoj Federacii» ot 24.11.1996 g. №-132 — FZ (poslednyaya redakciya) — Elektronnyj resurs: https://clck.ru/Dh4Fe (data obrashcheniya 04.04.2022)
2. Federal'nyj zakon «O vinogradarstve i vinodelii v Rossijskoj Federacii» ot 27.12.2019 g. №-468 — FZ (poslednyaya redakciya) — Elektronnyj resurs: https://clck.ru/ejgUB (data obrashcheniya 04.04.2022)
3. «Pasport nacional'nogo proekta «Turizm i industriya gostepriimstva» (utv. Rosturizmom) — Elektronnyj resurs: https://clck.ru/c4KaP (data obrashcheniya 04.04.2022)
4. «Pasport federal'nogo proekta «Razvitie turistskoj infrastruktury» (utv. Rosturizmom) (vmeste s «Planom realizacii federal'nogo proekta») — Elektronnyj resurs: https://clck.ru/c4RXK (data obrashcheniya 04.04.2022)
5. «Pasport federal'nogo proekta «Povyshenie dostupnosti turisticheskih produktov» (utv. Rosturizmom) (vmeste s «Planom realizacii federal'nogo proekta») — Elektronnyj resurs: https://clck.ru/c4SdA (data obrashcheniya 04.04.2022)
6. «Pasport federal'nogo proekta «Sovershenstvovanie upravlenie v sferu turizma» (utv. Rosturizmom) — Elektronnyj resurs: https://clck.ru/c4TfG (data obrashcheniya 04.04.2022)

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-46-50

Этапы цифровизации в индустрии гостеприимства

Stages of digitalization in the hospitality industry

Тесалов Семен Евгеньевич,
аспирант кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса,
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи
E-mail: simontesla@mail.ru
Научный руководитель
Сердюкова Надежда Константиновна,
кандидат экономических наук,
заведующий кафедры гостиничного и ресторанного бизнеса,
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи
E-mail: nkserdukova@sutr.ru

Semyon Tesalov
post-graduate student of the department of hotel and restaurant business,
Sochi State University, Sochi
supervisor
Nadezhda Serdyukova
Candidate of Economic Sciences,
Head of the Department of Hotel and Restaurant Business,
Sochi State University, Sochi

Аннотация: *В статье рассматривается современная характеристика состояния винодельческого хозяйства юга Российской Федерации на примере Краснодарского края. Проводится оценка виноградных хозяйств по территориальному признаку, а также определяются перспективы развития данной отрасли в части импортозамещения.*

Ключевые слова: *виноградарство, территориальный аспект, импортозамещение, перспективность развития, Краснодарский край.*

JEL code: Z30

Abstract: *The article discusses the modern characteristics of the state of the wine industry in the south of the Russian Federation on the example of the Krasnodar Territory. An assessment of vineyards on a territorial basis is carried out, and the prospects for the development of this industry in terms of import substitution are determined.*

Key words: *viticulture, territorial aspect, import substitution, prospects for development, Krasnodar Territory.*

1. ВВЕДЕНИЕ

Настоящее всегда, безусловно, будет исходом множества фактов, что волею судеб нашли друг друга и обрели имя «история». Результаты прошлых решений, мыслей и действий — это, то что сформировало сегодня, и без влияния вчерашних дней невозможно представить завтра. По этой причине для разума всегда важным было изучения и фиксация важнейших факторов, что как мы считаем определили наш путь. Вопрос изучения истории, наверное, один из самых долгоживущих в нашем сознании. Чтобы понять любую систему люди всегда обращались к её истокам, чтобы придать идеям законченный вид и предсказать ближайшее будущее.

История человека привела его в 21 век, когда изменения в мире происходят с такой скоростью, что череда значимых событий становиться с каждой минутой все больше. Наша эпоха — эпоха современных технологий и последствий их влияния на все институты, что цивилизация оставила за собой. Ни одна ячейка нашего общества, ни один живой организм не остались без внимания цифровых технологий. Сегодня планирование, как никогда обретает жизненно необходимый вид, ведь только верные решения во все времена помогали организму выживать, приспосабливаться. И в условиях, когда человечество начинает формировать информацию, как основной вид ресурса (Рис. 1), понимание пути, что привел нас к этому перекрестку, крайне важно.

Оценивая индустрию гостеприимства не учитывать прошлое было бы неправильным, ведь как и любая система, индустрия гостеприимства претерпевала свои изменения, рост и падение. Но в контексте данной работы наиболее интересным приходиться период со второй половины прошлого века по сегодняшний день. Именно в этом промежутке отельный бизнес принимает более коммерциализированный вид, что также пришло на эпоху стремительного развития технологий, и интеграцию инноваций в различные сферы жизни.

2. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для написания статьи использованы нормативно-правовые акты и справочная информация Российской Федерации. При сборе, обработке и интерпретации полученных данных применялись методы: анализ вторичных данных, сравнительный анализ.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Инновация по Шумпетеру — это результат деятельности, направленной на усовершенствование продуктов, услуг, производственных и других процессов с целью удовлетворения растущих потребностей рынка. Такое краткое определение точно описывает процессы, которые охватили ума людей в 70-90 годах 20 столетия. Рынок стремительно менялся, и на смену индустриальному обществу шли вещи, которые вели за собой поразительные изменения в мировоззрении людей. На смену станку шел компьютер.

Индустрия гостеприимства — хозяйство, что не формирует инновации, а использует наработки других отраслей в желании создать для гостей отелей незабываемые впечатления. Поэтому все

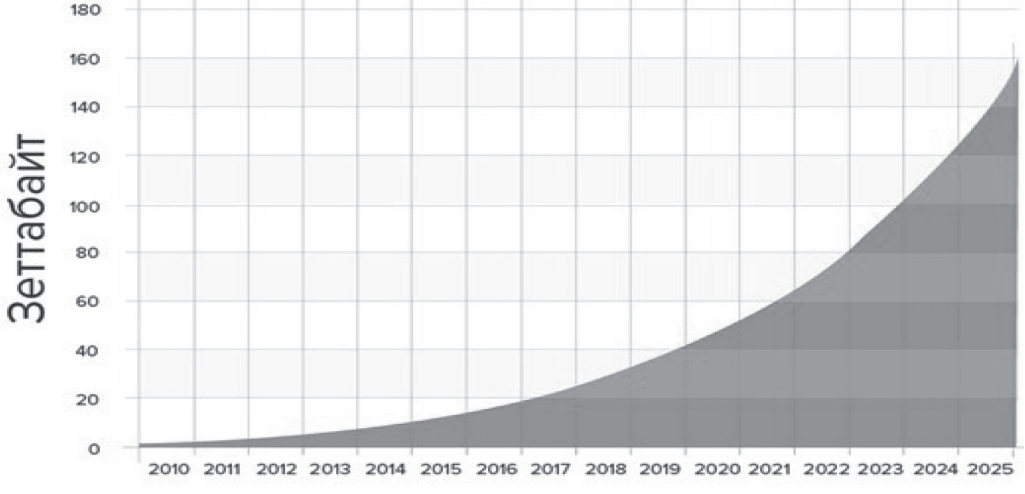

Рисунок 1. **Прогноз производимой информации обществом к 2025 году**

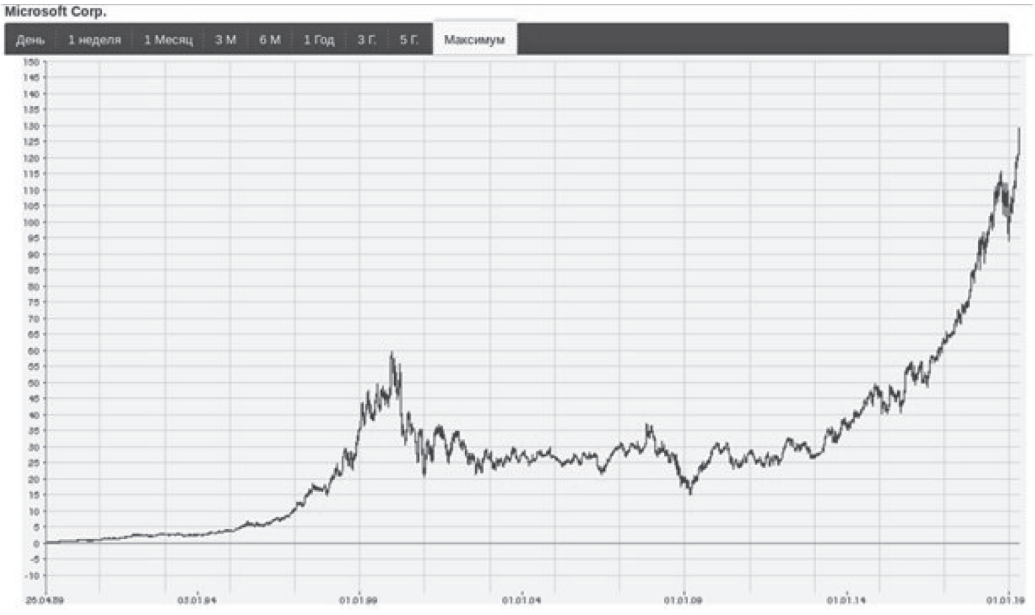

Рисунок 2. **Рост капитализации Microsoft с 1989 по 2019**

передовые решения попадали во владения сотрудников индустрии только после принятия изменений в обществе. Но с ростом рынка гостиничных услуг и потребности гостей в современных технологиях начали появляться современные инструменты, созданные чтобы принести ветер перемен в индустрию. Начиная с конца 1960-х годов по 2022 год можно выделить 3 основных этапа, что стали катализатором для менеджерских решений, что формируют рынок гостиничного продукта сегодня:

1. Этап развития ЭВМ
2. Этап развития интернета
3. Этап глобализации

Каждый из этих этапов принес в общество технологии, что изменили наше представление о мире, в той или иной мере повлияли на индустрию гостеприимства и подтолкнули важные технологические изменения, применимые только нашей отрасли.

Этап развития ЭВМ. Данный временной промежуток наиболее выражен внедрением персональных компьютеров во все сферы жизни и рабочие процессы. Те данные, что ранее фиксировались на бумаге, были преданы на хранение и обработку компьютером. Данный технологический переход позволил расширить горизонты человеческих возможностей до ранее невозможных пределов. Такой потенциал был отмечен всеми отраслями, и постепенно компьютерная индустрия начала принимать вид массовой лихорадки, что повлекло за собой два важных события — создание удобного ПО и мобильной связи. С приходом на рынок и небывалым успехом Microsoft (Рис. 2) и первых портативных телефонов вопрос коммуникаций между людьми принял новый формат и требовал новых изменений.

Этап развития интернета. С приходом в каждый дом и офис персонального компьютера началась эпоха развития «всемирной паутины». Важность этого события невозможно описать. Интернет объединил мир, позволил идеям искать воплощения. Так с развитием сети и персональных компьютеров, руками сотрудников индустрии гостеприимства стали формироваться первые «локальные» ин-

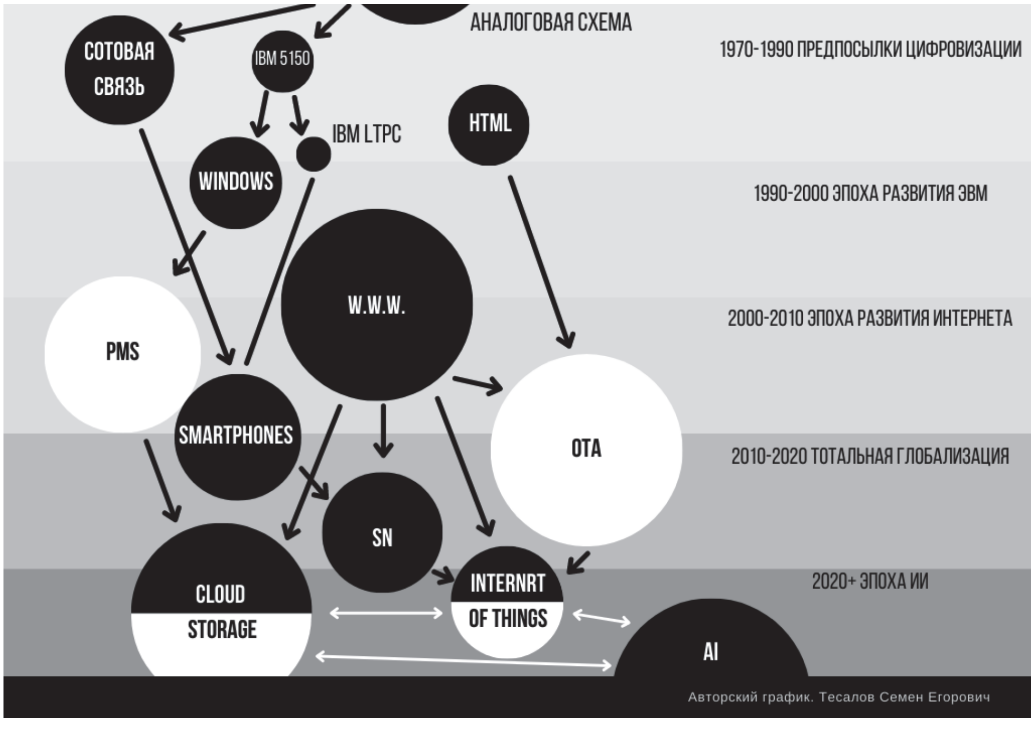

Рисунок 3. **Цифровизация в индустрии гостеприимства**

новации такие как PMS-системы и OTA, которые сейчас являются неотъемлемыми инструментами нашей индустрии. С развитием современных технологий и размытием границ между людьми общество перешло в эпоху глобализации.

Этап глобализации. Это эпоха, которую мы проживаем сейчас. Формирующим явлением стали социальные сети и мобилизация множества процессов, что раньше были доступны только с использованием персональных компьютеров. Мир стал как никогда тесен и открыт, и в тоже самое время индустрия гостеприимства преобразилась, ожидания гостей изменились, путешествия стали стилем жизни, а не привилегией или рабочим бременем. Человечество стало формировать еще больше информации, и данный ресурс стал необходимым критерием для видения бизнеса.

Второе десятилетие 21 века начинает себя показывать в трех направлениях: ИИ, облачное хранение, Big Data (интернет вещей). Все три направление — влияние безудержного объема информации, которая требовала переосмысления. И как ранее было отмечено индустрия гостеприимства — отрасль, что успешно интегрирует наработки других сфер жизни, то можно прогнозировать, что инструменты, что сейчас активно начинают использовать в скором времени, необходимо будет брать на вооружение.

Общий процесс можно изобразить схематично (Рис. 3), где черным выделены технологические революции, которые активно используются во всех индустриях, а белым — инновации индустрии гостеприимства. Также, чем больше занимает места та или иная инновация, тем более она значимая для нашей отрасли.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Проводя параллели с тем, как технологические революции повлияли на сегодняшние методы ведения бизнеса нельзя отрицать их эффективность

и непомерное влияние. Сегодня все крупные компании гоняются за информацией их потребителей, чтобы улучшать свой продукт и системы его продажи и рекламы. Корпорации пытаются заполучить знания о предпочтениях, интересах и вкусах своих клиентов, и на основе этих данных принимать операционные решения. Так выглядит работа современных рыночных институтов, так выглядит информационное общество. Для индустрий гостеприимства, где гости открыто делятся важной, персональной информацией, возможность использования инструментов, что нам приносит цифровизация, является невероятно актуальной. Возможно, появление в индустрии технологий 21 века позволит стать отелям, туроператорам и ресторанам законодателями в вопросах инноваций и переосмыслить представление мира о ведении бизнеса.

6. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Vapnyarskaya O.I., Uliyanchenko L.A.Tendencii razvitiya global'nogo turizma: vliyanie na marketing // Trends in the development of global tourism: impacts on marketing // [Service in Russia and Abroad]. — 2014. — T. 8, № 3(50). Rezhim dostupa: http://cyberleninka.ru/article/n/tendentsii-razvitiya-globalnogo-turizmavliyanie-na-marketing (data obrashcheniya: 22.02.2022)
2. Uliyanchenko L.A, Il'kevich L.A. Vozmozhnost' prinyatiya resheniya v industrii gostepriimstva, — s. 354. Rezhim dostupa: http://cyberleninka.ru/article/n/sovremennye-multimediynye-sredstva-prodvizheniya-gostinichnorestorannyh-i-turisticheskih-uslug (data obrashcheniya 10.03.2022)
3. Gry Agnete Alsos. Handbook of Research on Innovation in Tourism Industries — 2018 — 255 c.
4. Peder Inge Furseth and Richard Cuthbertson Innovation in an Advanced Consumer Society: Value-Driven Service Innovation — 2016 — 419 s.
5. Cifrovaya transformaciya — Wikiledia. [Elektronnyĭ resurs] — Rezhim dostupa svobodnyĭ po URL: https://ru.wikipedia.org/wiki/Cifrovaya_transformaciya#cite_note-11 (data obrashcheniya: 01.04.2022).

DOI: 10.18572/2686-858X-2022-13-1-51-55

Этническое разнообразие как фактор развития этнотуризма на Северном Кавказе

Ethnic diversity as a factor in the development of ethnotourism in the Northern Caucasus

Арахамия Хатуна Емзариевна,
магистрант кафедры управления и технологий в туризме и рекреации
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи
E-mail: hatuna.arahamiya@mail.ru

Научный руководитель
Фесенко Олеся Павловна,
кандидат экономических наук,
доцент кафедры управления и технологий в туризме и рекреации
ФГБОУ ВО «Сочинский государственный университет», г. Сочи
E-mail: olesenka2002@mail.ru

Khatuna Arakhamiya
master student of the Department of Management
and Technologies in Tourism and Recreation,
Sochi State University, Sochi

supervisor
Olesya Fesenko
Candidate of Economic Sciences,
Associate Professor of the Department of Management
and Technologies in Tourism and Recreation,
Sochi State University, Sochi

Аннотация. *В исследовании обосновывается перспективность развития этнотуризма на Северном Кавказе на основе имеющегося культурного, исторического, природного и туристско-инфраструктурного потенциала Адыгеи, Карачаево-Черкесии, Кабардино-Балкарии.*

Ключевые слова: *этнокультура, туризм, Кавказ, народы, культура.*

JEL code: Z30

Abstract: *The paper substantiates the prospects for the development of ethnotourism in the North Caucasus on the basis of the existing cultural, historical, natural, tourist and infrastructural potential of Adygea, Karachay-Cherkessia, Kabardino-Balkaria.*

Key words: *ethnic culture, tourism, the Caucasus, peoples, culture.*

1. ВВЕДЕНИЕ

Интенсивное развитие туристской отрасли в России формирует новые направления и виды туризма. В современных условиях прогрессирующей глобализации особой активностью отличается этнокультурный туризм, нацеленный на раскрытие и познание уникальности национально-идентичной культуры этноса, укрепляющий межкультурное взаимовлияние.

Цель исследования — актуализация развития туризма на Северном Кавказе на основе использования магистрального ресурса — этнокультурного наследия. Изучение и обоснование эффективности развития этнокультурного туризма в Адыгее, Карачаево-Черкесии и Кабардино-Балкарии, продвижение и реализация этнографического туристского продукта в Северо-Кавказском туристском кластере.

2. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для написания статьи использованы нормативно-правовые акты и справочная информация Ростуризма Российской Федерации, Администраций республик Адыгея, Кабардино-Балкария, Карачаево-Черкессия, размещенные на их официальных сайтах; труды российских исследователей. При сборе, обработке и интерпретации полученных данных применялись методы: синтез, сравнение, обобщение, контент-анализ правовой базы и научных работ.

3. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ

Одним из важнейших цивилизационных признаков развития человека всегда было стремление познать не только свою культуру, но и культуру других народов. Стремление сохраняется и сегодня, но вынуждает противостоять общемировому процессу глобализации, унифицирующему личность и культуру в целом. Это обострило интерес к индивидуальному, неповторимому в человеке и в самобытной, прежде всего народной культуре. Подтверждением служат проходящие в разных странах мира фестивали, праздники, торжества, демонстрирующие национальный колорит народной культуры.

В России также активизировалось внимание к культуре многочисленных народов, проживающих на её территории. Особым этнокультурным центром стал Кавказо-Черноморский регион. Здесь живёт множество народов (адыги, абхазы, грузины, дагестанцы, ингуши и т.д.), народностей, этнических групп, имеющих исторически сложившееся богатое куль-

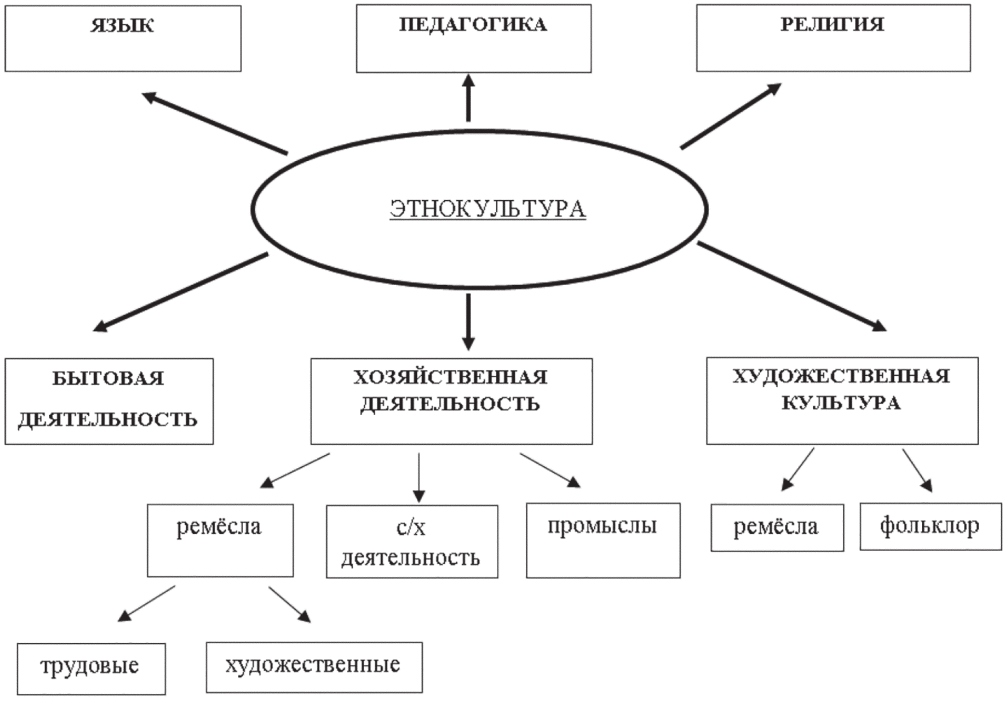

Рисунок 1. **Система этнокультурного наследия**

турное наследие. Мы рассматриваем его в следующей системе, представленной на рис. 1.

Этнокультурная привлекательность туристской дестинации напрямую зависит от количества и качества соответствующих объектов показа. С уверенностью можно утверждать, что каждый кавказский этнос обладает бесценными и самобытными объектами, интересными для разносоставного и разноуровнего потока туристов.

Среди изучаемых республик Северного Кавказа особое место занимает Карачаево-Черкесия. Здесь давно активно развивается туристский кластер. Получили известность и признание горнолыжный комплекс «Архыз» и горнолыжный курорт «Домбай». В последние годы особое внимание уделяется развитию этнотуризма. Заканчивается строительство первого в республике монументального этнографического комплекса «Алан Шахар», который планируется открыть в 2023 году в Малокарачаевском районе. В этом же районе в ауле Красный Восток будет также создан комплекс «Гумлокт», а в Урупском появится первая в КЧР казачья этнографическая деревня. В перспективе планируется построить этнографические комплексы в каждом районе республики, где будут представлены история, богатая культура и традиции народов КЧР. На территории Нижне-Архызского городища планируется строительство этнодеревни, где будет демонстрироваться традиционная культура народов, проживающих в республике.

Этнокомплекс «Ритмы Кавказа» в Карачаево-Черкесской Республике

Планируется открыть этнографический комплекс, посвящённый многообразной культуре всех народов Северного Кавказа для проведения ежегодного этнофестиваля.

Реализация данного проекта станет хорошей площадкой для проведения различных фестивалей, форумов и масштабных мероприятий. На Северном Кавказе есть национальные и узкоспециализированные праздники, которые из года в год отмечаются и ценятся. Собрав и проанализировав информацию, был сделан вывод, что интерес к национальной культуре необходимо консолидировать и выводить на новый уровень продвижения. На рис. 1 представлены национальный праздники в этнокультурном наследии республик Северного Кавказа.

Следует выделить следующие праздники, которые могут стать основой для формирования системы этнотуризма, ин-

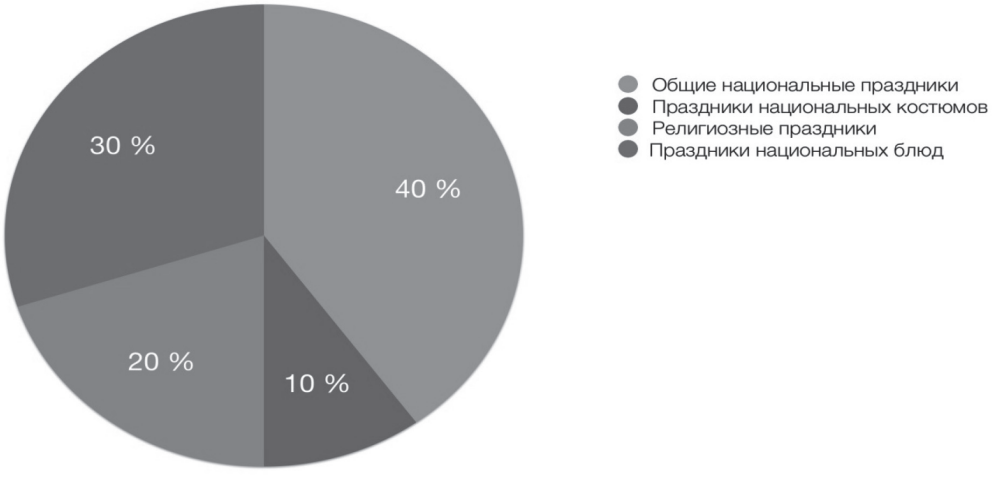

Рисунок 2. **Национальные праздники республик Северного Кавказа**

тегрирующей национальные особенности республик Северного Кавказа:

1. Общие национальные праздники:

1.1. День возрождения Балкарского народа (Кабардино-Балкария)

1.2. День республики (Адыгея, Кабардино-Балкария)

1.3. День флага (Адыгея, Карачаево-Черкесия)

1.4. День черкесского языка и черкесской письменности (Адыгея, Карачаево-Черкесия)

2. Праздники национальных костюмов:

2.1. День черкесского национального костюма (Карачаево-Черкесия)

3. Религиозные национальные праздники:

3.1. Ураза-байрам (Кабардино-Балкария)

3.2. Курбан-байрам (Кабардино-Балкария)

4. Праздники национальных блюд:

4.1. День адыгейского сыра (Адыгея)

4.2. День хичина (Кабардино-Балкария)

4.3. День айрана (Кабардино-Балкария)

Сложность заключается в том, что узкотематические локальные мероприятия и праздники не могут сформировать этнокультурное направление в туризме и обеспечить его развитие в каждой отдельно взятой республике, особенно в Адыгее и Кабардино-Балкарии. Необходимо объединить весь культурный потенциал и представить туристам масштабный фестиваль культуры народов Северного Кавказа. В Карачаево-Черкеской республике сформирована туристская инфраструктура и подготовлена база для проведения ежегодного этнофестиваля, который активизирует развитие туристской дестинации.

В процессе успешной реализации проекта могут быть привлечены к участию все республики Кавказа. Также возможно изменение базы проведения фестиваля на территории с наиболее развитой туристской инфраструктурой других регионов Кавказа.

4. ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Активизация востребованности этнотуризма в Кавказско-Черноморском регионе позволяет утверждать, что этническое и культурное многообразие является перспективным ресурсом, эффективно влияющем на формирование туристской дестинации региона. Способствует развитию региональной этнокультурной инфраструктуры (создаются этнокомплексы, этнодеревени/этноаулы, этнографические музеи под открытым небом, проводятся театрализованные праздники), что усиливает привлекательность региона и увеличивает поток туристов. Несомненно, это положительно сказывается на росте экономической стабилизации.

Этническое и культурное многообразие Кавказа является перспективным ресурсом, эффективно влияющем на формирование туристской дестинации, на сохранение историко-культурного национального наследия и на экономическое развитие региона. Здесь живёт множество народов (адыги, абхазы, грузины, дагестанцы, ингуши и т.д.), народностей, этнических групп, имеющих исторически сложившееся богатое культурное наследие.

Северный Кавказ обладает богатейшими туристскими ресурсами (прежде всего природными и этнокультурными), эффективное использование которых может качественно повлиять на развитие туризма и экономики региона. Несомненно, системное, целенаправленное развитие этнотуризма положительно скажется на реализации потенциала Северо-Кавказского туристического кластера.

Открытие этнографического комплекса, посвящённого многообразию культуры всех народов Северного Кавказа и реализация данного проекта станет хорошей площадкой для проведения различных фестивалей, форумов и масштабных мероприятий.

В отличие от традиционно развивающихся видов туризма этнокультурный туризм не только обогащает новыми яркими впечатлениями, но и просвещает, объединяет, формирует нравственные убеждения. В системе приоритетов государственной молодёжной политики этнотуризм выполняет важнейшую задачу — воспитание гражданина, в котором, как сказал президент России В.В. Путин, — «сочетаются любовь к большой и малой родине, общенациональная и этническая идентичность, уважение к культуре, традициям людей, которые живут рядом». Кроме этого, он органично сочетается, например, с горным, экологическим, оздоровительным, пешеходным и деловым туризмом.

В ходе аналитического изучения туристского потенциала и возможностей его реализации были выявлены новые перспективы эффективного развития этнотуризма на Северном Кавказе и намечены пути их реализации.

Этнотуризм полифункционален, решает множество задач, но одно из важнейших его предназначений — развивать диалог культур на основе взаимопонимания и взаимовлияния, сохраняя мир на Кавказе.

5. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Federal'nyj zakon «Ob osnovah turistskoj deyatel'nosti v Rossijskoj Federacii» ot 24.11.1996 № 132-FZ (poslednyaya redakciya) // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_12462/
2. Federal'nyj zakon № 318-FZ ot 02.07.2021 «O vnesenii izmenenij v Federal'nyj zakon «Ob osnovah turistskoj deyatel'nosti v Rossijskoj Federacii» i stat'yu 7 Federal'nogo zakona «O razvitii sel'skogo hozyajstva» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_389013/
3. Rasporyazhenie Pravitel'stva RF ot 02.02.2015 № 151-r (red. ot 13.01.2017) «Ob utverzhdenii Strategii ustojchivogo razvitiya sel'skih territorij Rossijskoj Federacii na period do 2030 goda» // https://docs.cntd.ru/document/420251273
4. Vasil'ev V. Sel'skij zelenyj turizm: metod. rekomen. dlya hozyaev usadeb / U. Vasil'ev. V. Trilis. N. Kudla i dr. — K.: Dom. ogorod. sad. 2017. — 80 s.
5. Volovik V.N. Osobennosti turizma v sel'skih etnokul'turnyh landshaftah// Turizm v glubine Rossii: sb. tr. III Mezhdunar.nauch. seminara (21–26 iyulya 2014 g.) / Perm. gos. nac. issled. un-t. — Perm', 2014.S.49– 53.
6. Galin V.V. Sel'skij zelenyj turizm: ot A do YA: terminol. slovar'-spravochnik.V. Ganin. A.F. Zajceva. H. H. Gordeckaya i dr. — Simferopol': IT "ARIAL". 2017 — 208 s.
7. Gulyaev V.G. Organizaciya turistskoj deyatel'nosti. Uchebnoe posobie/ V.G. Gulyaev — M.: Nolidzh, 2018. — 253s.
8. Gracheva O.YU. Organizaciya turisticheskogo biznesa: tekhnologiya sozdaniya turprodukta. — M: Litres, 2017 g.
9. Zadneprenko G.V. Problemy i perspektivy formirovaniya v Rossii sovremennogo turistskogo produkta//nauchnyj internet-zhurnal «Mir nauki»//http://mir-nauki.com/PDF/12EMN214.pdf//2014 .
10. Kosolapov A.B. Tekhnologiya i organizaciya turoperatorskoj i turagentskoj deyatel'nosti: ucheb.posobie. — M.: KNORUS, 2019 g.
11. Mezhevich N.M. K voprosu o klyuchevyh istoriko-geograficheskih harakteristikah Rossii // Pskovskij regionol. zhurnal. — 2019. — № 19. — S.74-82; — Rezhim dostupa: [Elektronnyj resurs]. (22.12.2021)
12. Prokopenko S.T. Turistsko-resursnyj potencial Rossii / S.T. Prokopenko, M.A. Maksimova // TTPS. — 2019. — №2 (32). — S.72-75
13. Vokrug Sveta // https://www.vokrugsveta.ru/.2022)

ОБЩИЕ ПРАВИЛА оформления статей, направляемых для опубликования в журналах Российского профессорского собрания

Подаваемые статьи не должны быть опубликованы ранее, представлены на конференциях, проводившихся ранее, а также не должны находиться на рассмотрении в редакциях других журналов.

Выходные данные статьи дублируются на двух языках и содержат: название статьи, сведения об авторе (фамилию, имя, отчество, служебный адрес, актуальный адрес электронной почты для опубликования в журнале, контактный номер телефона), ключевые слова, аннотацию. Название материала и ключевые слова должны быть релевантными и отражать суть исследования. Аннотация — резюмировать материал в 60-140 словах или 8-10 предложениях.

1. Оформление текста статьи: поля со всех сторон — 2,5; ориентация — книжная А4; интервал — одинарный.

2. Заголовок статьи — шрифт 14 Times New Roman (не более 12 слов), полужирное начертание, размещение по центру.

3. Фамилия и имя автора/авторов, организация, страна — располагаются под заголовком — шрифт 11 Times New Roman.

4. Электронный адрес автора/авторов по центру — шрифт 11 Times New Roman.

5. Аннотация располагается через два интервала под данными автора/авторов, должна в краткой форме содержать описание следующих параметров, представленных в статье: цель, метод, результаты, заключение. Шрифт 11 Times New Roman, интервал одинарный.

Аннотация не должна:

— содержать формулы;

— по содержанию повторять название статьи;

— быть насыщена общими словами, не излагающими сути исследования;

— содержать ссылки на используемую литературу.

6. Ключевые слова (до 5 слов) располагаются через один интервал под аннотацией. Шрифт 11 Times New Roman интервал одинарный. Основной текст статьи отделяется от ключевых слов одним интервалом.

7. Jel Classification code.

8. Основной текст статьи должен быть поделен на заголовки и подзаголовки, которые нумеруются. Шрифт 11 Times New Roman. Заголовки и подзаголовки выравниваются по левому краю.

Например:

1. ВВЕДЕНИЕ
2. ОБЗОР ЛИТЕРАТУРЫ
3. МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ
4. РЕЗУЛЬТАТЫ И ДИСКУССИЯ
5. ЗАКЛЮЧЕНИЕ
6. БЛАГОДАРНОСТИ
7. СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

9. Объем статьи должен быть не менее 3000 слов и не более 5000 слов.

10. Все таблицы и рисунки включаются в текст и должны иметь сквозную нумерацию. Под таблицами и рисунками необходимо указывать источник, из которого взят рисунок или таблица (Source: автор, книга, журнал и т.д.). Для рисунков используется GIF формат. Максимальное количество рисунков — 5 шт. Times New Roman 10, одинарный интервал.

Например, Fig. 2. Number of students 2005-2015

Table 1. English language proficiency of students

11. Список литературы оформляется в алфавитном порядке. Каждый источник, указанный в списке литературы, должен иметь ссылку в тексте.

Ссылки на авторов в тексте статьи даются в круглых скобках. Один автор — (Black,2015), два автора — (Black and Nordy, 2013), три и больше авторов — (Black et. al., 2014).

Данные, представляемые в редакцию в соответствии с настоящим пунктом, будут размещены в РИНЦ.

12. Оформление ссылок происходит в соответствии с правилами, установленными Американской психологической ассоциацией (APA).

Можно пользоваться автоматической системой оформления ссылок http://www.bibme.org/ (формат APA)

13. Внимание! Количество ссылок должно содержать не менее 25 наименований. Ссылки на свои работы — 10%. Ссылки на источники на иностранном языке — не менее 50%. Во всех источниках должны быть проставлены: страницы, год выпуска, город и издательство.

Пример оформления списка литературы (изданы изначально на английском языке):

Публикация в журнале:

Van der Geer, J., Hanraads, J. A. J., & Lupton R. A. (2000). The art of writing a scientific article. Journal of Scientific Communications, 163, 51-59.

Книга:

Strunk, W., Jr., & White, E. B. (1979). The elements of style. (3rd ed.). New York: Macmillan. Глава в книге:

Mettam, G. R., & Adams, L. B. (1994). How to prepare an electronic version of your article. In B. S. Jones, & R. Z. Smith (Eds.), Introduction to the electronic age (pp. 281304). New York: E-Publishing Inc.

Ссылка на web-ресурс:

Smith, Joe, (1999), One of Volvo's core values. [Online] Available: http://www.volvo.com/environment/index.htm (July 7, 1999)

Пример оформления списка литературы (изданы изначально на русском языке):

Выходные данные источников должны транслитерироваться, название должно быть переведено на английский язык.

Bazhenova, N. G. (2011). Organ studencheskogo samoupravleniya: organizatsiya ili samoorganizatsiya? [Students self-management union: organization or selforganization?]. Pedagogicheskoe obrazovanie i nauka, (4), 67-72. Gura, A.V. (2002). Slavyanskaya myphologia [Slavic mythology]. (2 nd ed.).

Moskva: Mezhdunarodniye otnosheniya.

14. Просим авторов, перед отправлением Статьи, проверить текст в системе Антиплагиат, подписать отчет и направить в редакцию. Минимальный процент оригинального текста должен быть не ниже 75%.

15. Статьи аспирантов и соискателей ученой степени кандидата наук дополнительно подписываются научным руководителем/консультантом.

16. Статьи, не соответствующие указанным в настоящем объявлении требованиям, к рассмотрению и рецензированию не принимаются.

17. Электронный вариант Статьи и сопроводительные документы предоставляются в Редакцию по e-mail: profjournal@mail.ru

18. При возникновении вопросов, связанных с оформлением материалов, можно обращаться в редакцию по телефону +7-918-400-40-61 или по e-mail: Svetagrinenko@gmail.com.

19. Адрес редакции: 354000, г. Сочи, ул. Пластунская, 94.

20. Правила оформления статей можно посмотреть на сайте издания https://profsobranie.ru/194.

Российская академия образования совместно с Российским профессорским собранием при поддержке Национального Клуба (Совета) Заслуженных юристов, Юридического факультета МГУ имени М.В. Ломоносова, ИГ «Юрист» проводит общероссийскую научно-практическую конференцию «Образовательное законодательство и проблемы правоприменения: тренды и перспективы»

Научная конференция состоится
17 мая 2022 г. с 10:00 до 15:00
на площадке Российской академии образования
по адресу: г. Москва, ул. Погодинская, д. 8 (1 этаж)

В рамках мероприятия планируется рассмотрение следующих вопросов:

- образовательное право как новая отрасль российского права;
- трансформация образовательного права в цифровую эпоху;
- проблема правосубъектности участников образовательного процесса;
- государственный контроль и надзор за деятельностью образовательных организаций: проблемы и перспективы;
- индикаторы оценки эффективности образовательного права; эффективность действующего правопорядка в сфере образования; аналитика образовательного права.