



Ars Administrandi (Искусство управления). 2022. Т. 14, № 1. С. 106–121.

Ars Administrandi. 2022. Vol. 14, no. 1, pp. 106–121.



Контент доступен по лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International License
The content is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

Научная статья

УДК 352.075

<https://doi.org/10.17072/2218-9173-2022-1-106-121>

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В МУНИЦИПАЛЬНЫХ ОБРАЗОВАНИЯХ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ ГЛАЗАМИ НАСЕЛЕНИЯ

Ольга Владимировна Рогач¹✉, Елена Викторовна Фролова²

^{1,2} Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации, Москва, Россия

¹ rogach16@mail.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-3031-4575>

² efrolova06@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8958-4561>

Аннотация. Введение: финансовые ограничения местных бюджетов ориентируют власть на поиск новых возможностей для формирования туристической привлекательности территорий. Необходимость вовлечения местных сообществ в управленческие практики развития туризма актуализируют исследования мотивации жителей, их оценок данных процессов, их готовности к взаимодействию с органами власти в сфере туризма. **Цель:** определение перспективы развития туризма в муниципальных образованиях Российской Федерации на основе анализа мнения и оценок населения. **Методы:** анкетный опрос населения российских муниципальных образований. В итоговую выборку на основе принципа стихийного отбора вошли муниципальные образования из 28 субъектов Российской Федерации. **Результаты:** полученные результаты иллюстрируют уверенность большинства респондентов (64,7 %) в возможности привлечения туристов в их город / сельское поселение. Несмотря на такую оптимистичную оценку, две трети опрошенных (66,8 %) полагают, что формирование туристической привлекательности – это задача второстепенная и прежде необходимо решить более важные проблемы (больницы, дороги, ЖКХ и пр.). По мнению респондентов, ключевыми инструментами развития туризма являются модернизация туристской инфраструктуры (49,8 %), создание объектов туристского притяжения (45,1 %), повышение качества городской среды (44,8 %). **Выводы:** результаты исследования выявили противоречие в общественном мнении между признанием туризма как основы финансового оздоровления территории и отношением к расходам на развитие данной отрасли как к нерациональным ввиду наличия нерешенных социальных проблем.

Поддержка респондентами тезиса о необходимости привлечения местных жителей к формированию туристической привлекательности территории может рассматриваться как потенциальная возможность более широкого использования социальных ресурсов местных сообществ и внутренних источников территориального развития (традиций, аутентичных культурных образцов, исторического наследия и пр.). Инструменты развития туризма в оценках респондентов связаны с традиционными практиками, требующими значительных финансовых вложений (формирование туристской инфраструктуры, объектов туристского притяжения). В меньшей степени поддерживаются креативные идеи о развитии бренда территории, организации межмуниципального сотрудничества.

Ключевые слова: население, местная власть, муниципальное образование, туризм, туристическая привлекательность территории

Для цитирования: Рогач О. В., Фролова Е. В. Перспективы развития туризма в муниципальных образованиях Российской Федерации глазами населения // *Ars Administrandi* (Искусство управления). 2022. Т. 14, № 1. С. 106–121. <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2022-1-106-121>.

Original article

TOURISM DEVELOPMENT PROSPECTS IN MUNICIPALITIES OF THE RUSSIAN FEDERATION IN THE EYES OF PEOPLE

Olga V. Rogach¹✉, Elena V. Frolova²

^{1,2} Financial University under the Government of the Russian Federation, Moscow, Russia

¹ rogach16@mail.ru✉, <https://orcid.org/0000-0002-3031-4575>

² efrolova06@mail.ru, <https://orcid.org/0000-0002-8958-4561>

Abstract. Introduction: the financial constraints of local budgets stimulate the local authorities to search for new opportunities in promoting the tourist attractiveness of the territories. The need to involve local communities into the management practices of tourism development raises the importance of the study into motivation and assessments of the residents and their readiness to interact with authorities in the sphere of tourism. **Objectives:** to determine the prospects for tourism development in the Russian Federation municipalities based on the analysis of the population opinions and assessments. **Methods:** questionnaire survey of the Russian municipalities' residents. The final sample, spontaneously selected, included municipalities from 28 Russian regions. **Results:** the obtained results illustrate the confidence of the majority of respondents (64.7 %) in the possibility of attracting tourists to their town / rural settlement. Despite such optimistic opinions, 2/3 of the respondents (66.8 %) believe that promoting tourist attractiveness is a secondary task (the urgent needs to address being hospitals, roads, communal services, etc.). According to those interviewed, the key instruments of tourism development are the tourist infrastructure modernization (49.8 %), creating attractive tourist sites (45.1 %), improving the urban environment quality" (44.8 %). **Conclusions:** the results of the study showed a contradiction between the public opinion recognition of tourism as the basis for the financial recovery of the territory on the one hand, and the attitude to the costs of developing this industry as irrational due to the presence of unsolved social problems – on the other. The respondents support to the need of involving local residents into building the tourist attractiveness of the territory can be considered a potential opportunity for a wider use of social resources in the local communities and the internal sources of territorial development (traditions, authenticity of cultural patterns, historical heritage, etc.). According to the respondents, tourism development tools are associated with traditional prac-

tices that require significant financial investments: the development of tourism infrastructure and tourist attraction sites. Creative ideas on branding the territory or organizing inter-municipal cooperation received less support.

Keywords: population, local authorities, municipality, tourism, tourist attractiveness of the territory

For citation: Rogach, O. V. and Frolova, E. V. (2022), "Tourism development prospects in municipalities of the Russian Federation in the eyes of people", *Ars Administrandi*, vol. 14, no. 1, pp. 106–121. <https://doi.org/10.17072/2218-9173-2022-1-106-121>.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях социально-экономического кризиса, вызванного в том числе сложной эпидемиологической ситуацией мирового масштаба, перспективы развития туристской отрасли находятся в фокусе внимания как органов власти, так и специалистов, осуществляющих научный поиск новых векторов и инструментов формирования туристической привлекательности территорий (Ibrahim et al., 2021; Колодезникова и др., 2017). Это связано с тем, что развитие туризма имеет мультипликативный эффект для роста качества и уровня жизни населения (Квашнина, 2012), способствуя социальному и экономическому процветанию муниципальных образований (Александрова, 2018; Федотов, 2021). Как свидетельствует международный опыт развития туризма, прогрессивный рост показателей жизни в муниципальных образованиях возможен посредством стимулирования туристической привлекательности этих территорий, следствием чего становятся увеличение доли коммерческого сектора экономики, рост предпринимательской активности субъектов рынка, оздоровление инвестиционного климата и многое другое (Ismail, 2021; Dogru et al., 2021; Huijbens and Johannesson, 2019). Российские власти уже демонстрируют успешные образцы развития туризма в муниципальных образованиях (Чернега, 2015), однако в качестве примеров в большинстве случаев выступают общеизвестные туристские дестинации.

В современной научной литературе имеется целый пласт работ, посвященных изучению экономической стороны развития туризма, в частности описанию туристского потенциала территории, механизмов повышения конкурентоспособности отдельных туристских объектов и направлений (Wessels and Douglas, 2021; Юдина и Григорян, 2019; Рузиев, 2018). Вместе с тем оценка населением процессов развития туризма на местах, в том числе рисков и преимуществ привлечения туристов в город / сельское поселение, с социологических позиций недостаточно раскрыта. Также наблюдается недостаток эмпирических материалов, иллюстрирующих оценку населением действий властей в данном направлении. Цель статьи – определение перспективы развития туризма в муниципальных образованиях Российской Федерации на основе анализа мнения и оценок местных жителей.

Гипотеза исследования: недостаточная финансовая обеспеченность местных бюджетов, наличие острых социальных проблем становятся факторами, обуславливающими ориентацию населения на поддержку практик формиро-

вания туристической привлекательности территории. Это связано с осознанной потребностью в социально-экономическом развитии муниципальных образований, где туризму отводится роль экономической основы развития города / сельского поселения.

МЕТОДОЛОГИЯ (ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ) ИССЛЕДОВАНИЯ

Теоретической основой настоящей работы выступили положения и выводы, сделанные в исследованиях по проблемам развития туризма. В частности, можно отметить, что усилия и российских, и зарубежных ученых сфокусированы на анализе экономических функций туризма (Evstratova et al., 2019), оценке процессов интенсификации туристских потоков на отдельных территориях (Ismail, 2021) и факторов формирования туристского спроса (Waqas-Awan et al., 2020).

Значительное внимание уделяется также рассмотрению уровня развития локальных туристских ресурсов (Dogru et al., 2021; Panagiotopoulou and Stratigea, 2014), доминант формирования ядра туристского потенциала территорий (Морошкина и Кондратьева, 2021). В ряде исследований акцент делается на изучении специфики развития туристской инфраструктуры (Морозов и Морозова, 2021), объектов культурно-исторического наследия (Рузиев, 2018), природных ресурсов как фактора производства регионального туристского продукта (Сарян, 2021; Федорова и др., 2020). Я.-А. Весселс и А. Дуглас полагают, что важную роль в практике формирования туристского предложения, способного вызвать эмоциональный отклик потенциального потребителя, играют креативные пространства индустрии туризма (Wessels and Douglas, 2020, p. 3).

Особое значение в данном контексте приобретает включение местного населения в практики развития туризма (Рогач и Фролова, 2020; Лысикова, 2011; Rodriguez-Giron and Vanneste, 2019), которые могут обеспечить функционирование таких элементов «мягкой инфраструктуры туризма», как искренность, зрелищность, аутентичность, погружение и участие (Ng and Chan, 2020; Pearce and Wu, 2015). Э. Хейбенс и Г. Йоханнессон обосновывают перспективы развития туризма с точки зрения запросов местного населения, его потребностей и интересов. Ученые утверждают, что анализ туристской отрасли в «парадигме экономического роста» ограничивает возможности развития территорий, в то время как обращение к внутренним ресурсам (традиции, аутентичность культурных образов, историческое наследие и пр.), социальному капиталу и творческому потенциалу местных сообществ создает новые перспективные направления для туристской индустрии (Huijbens and Jóhannesson, 2019, p. 287–290). Дополняя данную точку зрения, П. Кейим подчеркивает значимость вовлечения местных общин в процесс формирования территориального туристского продукта, их активного участия в вопросах выбора перспектив развития туризма на местах (Keyim, 2017, p. 491–492).

Сделанные в зарубежных исследованиях выводы актуализируют внимание российских исследователей к внутренним источникам развития туризма, указывают на необходимость учета мнения местного населения в выборе траекторий развития муниципальных образований.

В данной статье приводятся результаты анализа оценки населением перспектив развития туризма в муниципальных образованиях Российской Федерации. Исследование проведено в 2021 году. Итоговая выборка составила 768 человек. Параметры формирования репрезентативной выборки: пол респондентов (соблюдение статистического распределения мужчин и женщин, проживающих на территории России), доминирование в выборке городского населения (что соответствует распределению городского / сельского населения в стране). Эмпирической базой исследования стали муниципальные образования Российской Федерации, для отбора которых использовалась стихийная выборка¹. Гендерные характеристики респондентов соответствуют пропорциям, свойственным российскому социуму: 53,6 % – женщины, 46,4 % – мужчины. Распределение опрошенных по признаку возраста: 65,9 % респондентов относятся к категории от 18 до 29 лет; 20,6 % – от 30 до 44 лет; 8,7 % – от 45 до 54; остальные 4,8 % опрошенных старше 55 лет. Неравномерность распределения респондентов по возрасту можно рассматривать как некоторое ограничение исследования, которое вместе с тем не снижает уровень достоверности и полноты полученных эмпирических данных. Отметим, что преимущественно были опрошены жители городов с численностью свыше 100 тыс. человек (68 %). При этом 19,8 % респондентов проживают в городах с общей численностью менее 100 тыс. человек, а 12,2 % опрошенных – в сельских поселениях. Присущий выборке охват муниципальных образований позволил учесть мнение как городских, так и сельских жителей.

Авторами был использован комплекс общенаучных методов исследования и аналитических процедур: обобщение, описание, систематизация, анализ документов, сравнительный и корреляционный анализ. В качестве ведущего метода исследования выбран анкетный опрос. Инструментарий исследования подготовлен с использованием Google Forms, ссылка на анкету размещена в цифровых сообществах муниципальных образований. Обработка результатов исследования проведена с использованием программного обеспечения Statistical Package for the Social Science (SPSS Statistics).

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Согласно полученным результатам две трети из числа опрошенных полагают, что туризм необходим для развития их города / сельского поселения. Такое распределение ответов позволяет сделать вывод о перспективности развития туристской отрасли в территориях. Кроме того, ввиду ограничен-

¹ Эмпирическую базу исследования составили муниципальные образования таких субъектов Российской Федерации, как Республика Башкортостан, Республика Калмыкия, Республика Коми, Республика Крым, Республика Марий Эл, Республика Мордовия, Краснодарский край, Пермский край, Астраханская область, Белгородская область, Брянская область, Владимирская область, Волгоградская область, Кемеровская область, Кировская область, Московская область, Мурманская область, Нижегородская область, Ростовская область, Рязанская область, Самарская область, Смоленская область, Тамбовская область, Тверская область, Тульская область, Тюменская область, города федерального значения Москва и Санкт-Петербург. Отбор муниципальных образований производился с соблюдением следующих принципов: максимальный охват российских регионов, дифференциация по признаку «городское / сельское поселение», численный состав поселения (менее 100 тыс. и более 100 тыс. чел.).

ности местных бюджетов развитие туризма на местах может стать источником дополнительных поступлений и инвестиционного оздоровления муниципальных образований (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

Распределение ответов на вопрос «Как вы думаете, нужен ли туризм для развития вашего города / сельского поселения?» в зависимости от возраста респондентов, % / Distribution of answers to the question: “In your opinion, is tourism necessary for development of your town / rural settlement?” depending on the age of the respondents, %

Возраст	Как вы думаете, нужен ли туризм для развития вашего города / сельского поселения?			Всего
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить	
18–29	68,0	21,3	10,7	100
30–44	67,0	16,5	16,5	100
45–54	68,7	19,4	11,9	100
55 и старше	70,3	16,2	13,5	100

Источник: составлено авторами.

Детализация ответов респондентов иллюстрирует тот факт, что среди общественности, вне зависимости от возрастных когорт, доминирует положительное мнение по данному вопросу. Чуть выше среднего значения доля положительных ответов у респондентов в возрасте от 55 лет и старше (на 1,8 п. п.), что, однако, не свидетельствует о наличии корреляционной зависимости. Следует также отметить повышенную долю затруднившихся с ответом в возрастной категории «30–44» (на 3,4 п. п.), что, возможно, указывает на более скептическое отношение людей данного возраста к потенциальным векторам развития территории их проживания.

Ввиду наличия высокой доли респондентов, положительно ответивших на вопрос, нужен ли туризм для развития их города / сельского поселения, интерес представляет распределение оценок ряда суждений (табл. 2).

Таблица 2 / Table 2

Распределение ответов на вопрос «Согласны ли вы со следующими утверждениями?», % / Distribution of answers to the question: “Do you agree to the following”, %

Согласны ли вы со следующими утверждениями?	Доля респондентов, согласившихся с утверждениями		
	Из числа ответивших «да» на вопрос о необходимости развития туризма	Из числа ответивших «нет» на вопрос о необходимости развития туризма	Среднее по выборке
Формирование туристической привлекательности муниципального образования потребует значительных финансовых средств	87,4	73,9	82,2

Согласны ли вы со следующими утверждениями?	Доля респондентов, согласившихся с утверждениями		
	Из числа ответивших «да» на вопрос о необходимости развития туризма	Из числа ответивших «нет» на вопрос о необходимости развития туризма	Среднее по выборке
Формирование туристической привлекательности – это второстепенная задача. Прежде надо решить более важные проблемы: больницы, дороги, ЖКХ и пр.	71,5	62,1	69,9
Формирование туристической привлекательности должно стать первоочередной задачей местных властей, так как позволит привлечь финансовые средства в местный бюджет	58,8	45,1	54,9
Нерационально тратить финансовые средства на развитие туристической привлекательности территории, когда так много нерешенных социальных проблем (дороги, ЖКХ, образование, здравоохранение и пр.)	57,1	54,2	54,9
Правильно организованный поток туристов может стать экономической основой развития города / села	87,4	63,4	80,1
Правильно организованный поток туристов может обеспечить рост популярности культуры и истории города / села	90,6	57,5	81,5

Источник: составлено авторами.

Представленные в таблице 2 данные позволяют сделать следующие выводы. Респонденты, положительно оценившие роль туризма в развитии территорий, вполне осознают тот факт, что «формирование туристической привлекательности муниципального образования потребует значительных финансовых средств» (87,4 %), а также в большинстве своем разделяют мнение, что «формирование туристической привлекательности – это второстепенная задача, прежде надо решить более важные проблемы» (71,5 %). При этом они полагают, что «правильно организованный поток туристов может стать экономической основой развития города / села» (87,4 %). В контексте полученных ответов доля респондентов, считающих, что «формирование туристической

привлекательности должно стать первоочередной задачей местных властей, так как позволит привлечь финансовые средства в местный бюджет», выглядит довольно низкой (58,8 %).

Распределение ответов среди респондентов, согласившихся с утверждением, что туризм нужен для развития их города / сельского поселения, демонстрирует преобладание доли тех, кто положительно оценивает его влияние: «правильно организованный поток туристов может стать экономической основой развития города / села» и «правильно организованный поток туристов может обеспечить рост популярности культуры и истории города / села» (выше средних значений почти на 10 п. п.).

Возникает парадокс, который иллюстрирует следующую закономерность: наличие острых социальных проблем и признание отрасли туризма в качестве основы финансового оздоровления территории вместе с тем не влекут однозначного признания широкой общественностью необходимости формирования туристической привлекательности города / сельского поселения как первоочередной задачи местных властей. Логично предположить, что в сложившейся ситуации инициативы местных властей по развитию туризма будут наталкиваться на отчуждение значительной части представителей местного населения.

При этом 64,7 % опрошенных полагают, что в современных условиях существует возможность широкого привлечения туристов в их город / сельское поселение. Только каждый второй высказался отрицательно по данному вопросу, а 14,8 % затруднились с ответом. Почти половина респондентов (50,9 %) склонны разделять мнение, что местная власть способна обеспечить активный приток туристов в город / сельское поселение (табл. 3). Однако суммарно двое из десяти высказывают суждение, что местная власть не имеет такой возможности: 10,6 % – «нет, у местной власти нет такой возможности / ресурсов» и 9,1 % – «нет, местная власть не тот уровень, где могут решаться вопросы туризма». Аналогичная доля респондентов (19,9 %) предполагает, что местная власть могла бы обеспечить широкий приток туристов, но только при поддержке местного населения.

Таблица 3 / Table3

Распределение ответов на вопрос «Как вы полагаете, способна ли местная власть обеспечить активный приток туристов в ваш город / сельское поселение», % / Distribution of answers to the question: “Do you think the local authorities are capable of ensuring an active influx of tourists to your town / rural settlement”, %

Утверждение	Доля респондентов, согласившихся с утверждениями
Да, для этого у нее есть все возможности / ресурсы	50,9
Да, но только если мы все объединимся ради этой цели	19,9
Нет, у местной власти не тот уровень, где могут решаться вопросы туризма	9,1
Нет, у местной власти нет такой возможности / ресурсов	10,6
Затрудняюсь ответить	9,5

Источник: составлено авторами.

В дальнейшем респондентам был задан уточняющий вопрос для более точного понимания мнения опрошенных о необходимости привлечения местных жителей к формированию туристической привлекательности территории. В результате ответы на вопрос «Считаете ли вы необходимым привлечение местных жителей к формированию туристической привлекательности территории ввиду их активной роли при взаимодействии с туристами?» распределились следующим образом: более половины опрошенных – 55,9 % – высказали согласие, тогда как 23,3 % выбрали ответ «нет». Наличие среди опрошенных отрицательного мнения может быть связано с неоднозначным восприятием самой роли населения в процессах формирования туристической привлекательности территории. При возможности выбора нескольких вариантов ответа на одном полюсе были представлены такие характеристики, как: 20,4 % – «второстепенная», 6,5 % – «не имеет никакого веса», 11,5 % – «не важна», тогда как на другом: 23,4 % – «ведущая», 18,4 % – «ключевая», 47,7 % – «значимая».

Наконец, всем респондентам, вне зависимости от их восприятия роли властных структур и населения в развитии туризма, был предложен вопрос о том, какие ключевые инструменты развития туристической привлекательности муниципальных образований должна использовать местная власть (табл. 4).

Таблица 4 / Table 4

Распределение ответов на вопрос «Укажите ключевые инструменты развития туристической привлекательности муниципальных образований, которые должна использовать местная власть», множественный выбор, % / Distribution of answers to the question: “Which key tools for the development of municipalities tourist attractiveness the local authorities should use?”, multiple choice, %

Инструмент развития туристической привлекательности муниципальных образований	Доля респондентов, согласившихся с необходимостью его использования
Организация межмуниципального сотрудничества	14,5
Создание бренда территории	21,7
Поддержка местными властями социальных инициатив	25,9
Проведение рекламных кампаний	27
Создание для жителей муниципального образования достойных условий жизни	32,9
Повышение качества городской среды	44,8
Модернизация экскурсионного обслуживания	38
Создание объектов туристского притяжения	45,1
Улучшение транспортного обеспечения	42,6
Создание туристской инфраструктуры	49,6

Источник: составлено авторами.

Согласно полученным при опросе данным, ключевым инструментом развития туристической привлекательности должно стать развитие местной властью туристской инфраструктуры (49,8 %). В тройку лидеров рейтинга вошли также следующие инструменты: «создание объектов туристского притяжения» (45,1 %) и «повышение качества городской среды» (44,8 %). Немногим уступают такие позиции, как «улучшение транспортного обеспечения» (42,6 %) и «модернизация экскурсионного обслуживания» (38 %).

ОБСУЖДЕНИЕ

Результаты исследования показали, что почти половина респондентов склонны разделять мнение о способности местной власти обеспечить активный приток туристов в город / сельское поселение. Каждый второй полагает, что для этого требуется поддержка местного населения. Отмечено неоднозначное восприятие роли населения в процессах формирования туристической привлекательности территории и практически равное распределение респондентов в этом вопросе: на одном полюсе те, кто полагает, что роль населения «второстепенна», «не имеет никакого веса», «не важна», на другом – респонденты, считающие эту роль «ведущей», «ключевой». Вместе с тем при оценке перспективных инструментов развития туризма в ответах респондентов доминируют те, которые предполагают эксплуатацию базовых элементов туристского потенциала территории: объектов туристского притяжения, туристской инфраструктуры, экскурсионного обслуживания и пр. Можно предположить, что в целом ни население, ни органы власти не демонстрируют креативные (инновационные) практики развития туризма на местах. Более того, со стороны населения отсутствует такой запрос органам местной власти.

Описанные тенденции могут рассматриваться как существенно ограничивающие развитие туризма. Значительные усилия местных органов власти в данном контексте, на наш взгляд, должны быть направлены на поиск талантов, поддержку творческих коллективов, взаимодействие с молодежью и предпринимателями. Создание благоприятной среды для формирования предпринимательской активности в сфере туризма может включать в себя предоставление в аренду объектов муниципальной собственности на льготных условиях, информационную и рекламную поддержку местных туристских товаров и услуг, продвижение территориального бренда.

Организация мероприятий событийного туризма: фестивалей, ярмарок, концертов, инновационных досуговых практик – в условиях трансформации потребительских моделей среднего класса (от потребления товаров и услуг до потребления впечатлений и эмоций) является драйвером привлечения туристов. При этом к доминантам формирования креативных туристских практик относятся такие факторы, как внимание к национальному колориту, традициям, интеграция инноваций в культурный ландшафт территории, популяризация аутентичных туристских продуктов и услуг.

Практическая значимость проведенного исследования заключается в анализе ограничений активизации местных инициатив в сфере туризма и раз-

работке предложений по их смягчению. Так, стереотип о нерациональности расходов на развитие туристской отрасли при наличии нерешенных социальных проблем может быть преодолен конструктивным сотрудничеством власти и населения, демонстрацией успешного опыта других городов, где туризм обеспечивает создание новых рабочих мест, пополнение местных бюджетов. Результаты исследования иллюстрируют потенциальные возможности включения местных жителей в процесс формирования территориальных туристских продуктов и услуг. В условиях финансовой недостаточности местных бюджетов использование социального ресурса территории становится наиболее актуальным механизмом привлечения туристов за счет развития практик коммерциализированного гостеприимства, организации инновационных мероприятий событийного характера.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Как показал проведенный опрос, две трети респондентов отмечают необходимость развития туризма для роста социально-экономической сферы их города / сельского поселения. Полученное распределение ответов позволяет сделать оптимистичный вывод о перспективности развития туристской отрасли и ее потенциале стать источником дополнительных поступлений и инвестиционного оздоровления муниципальных образований.

Среди респондентов, положительно оценивших влияние туризма на развитие их мест проживания, вполне осознается тот факт, что «формирование туристической привлекательности муниципального образования потребует значительных финансовых средств». При этом они полагают, что «правильно организованный поток туристов может стать экономической основой развития города / села». И напротив, у тех опрошенных, кто посчитал, что туризм не нужен для развития их города / сельского поселения, отмечается более скептическое отношение к возможным предпочтениям от развития туризма.

Можно сделать вывод, что острота стоящих сегодня в подавляющем большинстве муниципальных образований социальных проблем не позволяет сфокусироваться на поиске альтернативных источников их решения. Наличие таких проблем и признание отрасли туризма в качестве основы финансового оздоровления территории вместе с тем не формируют у широкой общественности однозначной оценки необходимости создания туристической привлекательности города / сельского поселения как первоочередной задачи местных властей. Логично предположить, что в сложившихся условиях инициативы местных властей по развитию туризма будут наталкиваться на отчуждение большинства представителей местного населения. Таким образом, выдвинутая в исследовании гипотеза подтвердилась частично.

Анализ полученных результатов позволяет предположить, что деятельная позиция органов местного самоуправления, их усилия, направленные на интеграцию коллективных интересов и демонстрацию успешного опыта получения предпочтений от развития туризма, могут стать основой для постепенного преобразования территории и превращения ее в объект туристского притяжения. В условиях финансовой недостаточности местных бюджетов

активизация креативных практик развития туризма (мероприятия событийного характера, инновации в досуговой сфере, актуализация национальных традиций, обычаев, предоставление аутентичных туристских услуг) выступает одним из наиболее благоприятных и возможных сценариев привлечения туристов.

Список источников

Александрова М. А. Туризм как фактор роста благополучия // Вестник науки Сибири. 2018. № 2. С. 77–87.

Квашина Е. Б. Метод оценки мультипликативного эффекта инвестиций в туристскую индустрию региона // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2012. № 2. С. 70–73.

Колодезникова С. И., Глухарева М. Р., Дмитриева Л. П. Социальный туризм как фактор повышения качества жизни населения в регионе // Азимут научных исследований: педагогика и психология. 2017. Т. 6, № 4. С. 400–402.

Лысикова О. В. Современные туристы и местные жители: социальные практики взаимодействия // Журнал социологии и социальной антропологии. 2011. Т. 14, № 5. С. 270–277.

Морозов М. А., Морозова Н. С. Региональные особенности развития туристской инфраструктуры и их влияние на туризм // Регионология. 2021. Т. 29, № 3. С. 588–610. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.588-610>.

Морошкина М. В., Кондратьева С. В. Региональная доступность как фактор развития туристского направления // Регионология. 2021. Т. 29, № 1. С. 60–81. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081>.

Рогач О. В., Фролова Е. В. Возможности и ограничения конвертации социального капитала местных сообществ в развитие туристической привлекательности муниципальных образований Российской Федерации. М.: Перспектива, 2020. 157 с.

Рузиев Ш. Р. Оценка туристического потенциала историко-культурного туризма Республики Узбекистан // Региональные проблемы преобразования экономики. 2018. № 4. С. 76–83.

Сарян А. А. Природные ресурсы как фактор производства регионального туристского продукта и формирования туристских направлений // Регионология. 2021. Т. 29, № 3. С. 562–587. <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.562-587>.

Федорова А. В., Дмитриева Т. С., Косовский А. В. Использование природного потенциала для развития туризма // Международный журнал гуманитарных и естественных наук. 2020. № 9–1. С. 187–190. <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-11009>.

Федотов А. А. Качество жизни и человеческий потенциал в концепциях устойчивого и человеческого развития (часть вторая) // Народонаселение. 2021. Т. 24, № 3. С. 42–50. <https://doi.org/10.19181/population.2021.24.3.4>.

Чернега А. А. Конвертация ресурсов в капитал в сфере туризма (на примере городов Великий Устюг и Мышкин) // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Социология. 2015. Т. 15, № 2. С. 104–117.

Юдина Т. А., Григорян Ц. А. Туристический потенциал региона: оценка и эффективное управление // Теоретическая экономика. 2019. № 1. С. 78–83.

Dogru T., Suess C., Sirakaya-Turk E. Why do some countries prosper more in tourism than others? Global competitiveness of tourism development // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2021. Vol. 45, № 1. P. 215–246. <https://doi.org/10.1177/1096348020911706>.

Evstratova T. A., Kabanova E. E., Vetrova E. A. et al. Designing the tourist and recreational image of the territory. The example of the Zaryadye park // Journal of Environmental Management and Tourism. 2019. Vol. 10, № 7. P. 1609–1616. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7\(39\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7(39).18).

Huijbens E. H., Jóhannesson G. T. Tending to destinations: Conceptualising tourism's transformative capacities // Tourist Studies. 2019. Vol. 19, № 3. P. 279–294. <https://doi.org/10.1177/1468797619832307>.

Ibrahim A. O., Baqawy G. A., Mohamed M. A. S. Tourism attraction sites: Boasting the booming tourism of Saudi Arabia // International Journal of Advanced and Applied Sciences. 2021. Vol. 8, № 4. P. 1–11. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.04.001>.

Ismail H. H. The contribution of tourism revenues to economic development during the terrorism crisis // International Journal of Advanced and Applied Sciences. 2021. Vol. 8, № 2. P. 35–43. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.02.005>.

Keyim P. Tourism collaborative governance and rural community development in Finland: The case of Vuonismahti // Journal of Travel Research. 2017. Vol. 57, № 2. P. 483–494. <https://doi.org/10.1177/0047287517701858>.

Ng T.-M., Chan C.-S. Investigating film-induced tourism potential: The influence of Korean TV dramas on Hong Kong young adults // Asian Geographer. 2020. Vol. 37, № 1. P. 53–73. <https://doi.org/10.1080/10225706.2019.1701506>.

Panagiotopoulou M., Stratigea A. A participatory methodological framework for paving alternative local tourist development paths – The case of Sterea Ellada Region // European Journal of Futures Research. 2014. Vol. 2. Art. № 44. <https://doi.org/10.1007/s40309-014-0044-7>.

Pearce P. L., Wu M.-Y. Soft infrastructure at tourism sites: Identifying key issues for Asian tourism from case studies // Tourism Recreation Research. 2015. Vol. 40, № 1. P. 120–132. <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1010361>.

Rodriguez-Giron S., Vanneste D. Social capital at the tourist destination level: Determining the dimensions to assess and improve collective action in tourism // Tourist Studies. 2019. Vol. 19, № 1. P. 23–42. <https://doi.org/10.1177/1468797618790109>.

Waqas-Awan A., Rossello-Nadal J., Santana-Gallego M. New insights into the role of personal income on international tourism // Journal of Travel Research. 2020. Vol. 60, № 4. P. 799–809. <https://doi.org/10.1177/0047287520907702>.

Wessels J.-A., Douglas A. Exploring creative tourism potential in protected areas: The Kruger National Park case [Электронный ресурс] // Journal of Hospitality & Tourism Research. 2020. <https://doi.org/10.1177/1096348020983532>. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1096348020983532> (дата обращения: 02.01.2022).

Информация об авторах

О. В. Рогач – кандидат социологических наук, доцент, доцент Департамента социологии ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», 125167, Россия, г. Москва, пр-т Ленинградский, 49/2
SPIN-код (РИНЦ): 2618-6681
AuthorID (РИНЦ): 800637
Web of Science ResearcherID: W-4432-2017

Е. В. Фролова – доктор социологических наук, профессор, профессор Департамента социологии ФГОБУ ВО «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», 125167, Россия, г. Москва, пр-т Ленинградский, 49/2
SPIN-код (РИНЦ): 4098-3475
AuthorID (РИНЦ): 639721
Web of Science ResearcherID: C-8429-2016

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Статья поступила в редакцию 06.01.2022; одобрена после рецензирования 28.02.2022; принята к публикации 28.02.2022.

References

- Aleksandrova, M. A. (2018), "Tourism as a factor of well-being growth", *Bulletin of Science of Siberia*, no. 2, pp. 77–87.
- Kvashnina, E. B. (2012), "Method of estimation the multiplier effect of investments in the tourism industry in the region", *Izvestiâ Sankt-Peterburgskogo gosudarstvennogo èkonomičeskogo universiteta*, no. 2, pp. 70–73.
- Kolodeznikova, S. I., Glukhareva, M. R. and Dmitrieva, L. P. (2017), "Social tourism as a factor of increasing the quality of living in the region", *Azimuth of Scientific Research: Pedagogy and Psychology*, vol. 6, no. 4, pp. 400–402.
- Lysikova, O. V. (2011), "Tourists and local residents: the social practices of interaction", *The Journal of Sociology and Social Anthropology*, vol. 14, no. 5, pp. 270–277.
- Morozov, M. A. and Morozova, N. S. (2021), "Regional features of the development of tourist infrastructure and their impact on tourism", *Russian Journal of Regional Studies*, vol. 29, no. 3, pp. 588–610, <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.588-610>.
- Moroshkina, M. V. and Kondratyeva, S. V. (2021), "Regional accessibility as a factor in the development of a tourist destination", *Russian Journal of Regional Studies*, vol. 29, no. 1, pp. 60–81, <https://doi.org/10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081>.
- Rogach, O. V. and Frolova, E. V. (2020), *Vozmozhnosti i ogranicheniya konvertatsii sotsial'nogo kapitala mestnykh soobshchestv v razvitie turisticheckoi privlekatel'nosti munitsipal'nykh obrazovanii Rossiiskoi Federatsii* [Opportunities and limitations of converting the social capital of local communities into the deve-

lopment of tourist attractiveness of the Russian Federation municipalities], *Perspektiva*, Moscow, Russia.

Ruziev, Sh. R. (2018), "Evaluation of the tourist potential of the historical-cultural tourism of the Republic of Uzbekistan", *Regional problems of transforming the economy*, no. 4, pp. 76–83.

Saryan, A. A. (2021), "Natural resources as a factor in production of a regional tourist product and in creation of tourist destinations", *Russian Journal of Regional Studies*, vol. 29, no. 3, pp. 562–587, <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.562-587>.

Fedorova, A. V., Dmitrieva, T. S. and Kosovskiy, A. V. (2020), "Using natural potential for the development of tourism", *International Journal of Humanities and Natural Sciences*, vol. 9–1, pp. 187–190, <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-11009>.

Fedotov, A. A. (2021), "Quality of life and human potential in the concepts of sustainable and human development (part 2)", *Narodonaselenie*, vol. 24, no. 3, pp. 42–50, <https://doi.org/10.19181/population.2021.24.3.4>.

Chernega, A. A. (2015), "Converting resources into capital in the sphere of tourism (on the example of Veliky Ustyug and Myshkin)", *RUDN Journal of Sociology*, vol. 15, no. 2, pp. 104–117.

Yudina, T. A. and Grigoryan, Ts. A. (2019), "Tourism potential of the region: assessment and effective management", *Teoreticheskaya ekonomika*, no. 1, pp. 78–83.

Dogru, T., Suess, C. and Sirakaya-Turk, E. (2021), "Why do some countries prosper more in tourism than others? Global competitiveness of tourism development", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, vol. 45, no. 1, <https://doi.org/10.1177/1096348020911706>.

Evstratova, T. A., Kabanova, E. E., Vetrova, E. A. et al. (2019), "Designing the tourist and recreational image of the territory. The example of the Zaryadye Park", *Journal of Environmental Management and Tourism*, vol. 10, no. 7, pp. 1609–1616, [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7\(39\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7(39).18).

Huijbens, E. H. and Jóhannesson, G. T. (2019), "Tending to destinations: Conceptualising tourism's transformative capacities", *Tourist Studies*, vol. 19, no. 3, pp. 279–294, <https://doi.org/10.1177/1468797619832307>.

Ibrahim, A. O., Baqawy, G. A. and Mohamed, M. A. (2021), "Tourism attraction sites: Boasting the booming tourism of Saudi Arabia", *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, vol. 8, no. 4, pp. 1–11, <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.04.001>.

Ismail, H. H. (2021), "The contribution of tourism revenues to economic development during the terrorism crisis", *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, vol. 8, no. 2, pp. 35–43, <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.02.005>.

Keyim, P. (2017), "Tourism collaborative governance and rural community development in Finland: The case of Vuonislahti", *Journal of Travel Research*, vol. 57, no. 2, pp. 483–494, <https://doi.org/10.1177/0047287517701858>.

Ng, T.-M. and Chan, C.-S. (2020), "Investigating film-induced tourism potential: The influence of Korean TV dramas on Hong Kong young adults", *Asian Geographer*, vol. 37, no. 1, pp. 53–73, <https://doi.org/10.1080/10225706.2019.1701506>.

Panagiotopoulou, M., and Stratigea, A. (2014), "A participatory methodological framework for paving alternative local tourist development paths-the case of Sterea Ellada Region", *European Journal of Futures Research*, vol. 2, art. no. 44, <https://doi.org/10.1007/s40309-014-0044-7>.

Pearce, P. L. and Wu, M.-Y. (2015), "Soft infrastructure at tourism sites: Identifying key issues for Asian tourism from case studies", *Tourism Recreation Research*, vol. 40, no. 1, pp. 120–132, <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1010361>.

Rodriguez-Giron, S. and Vanneste, D. (2019), "Social capital at the tourist destination level: Determining the dimensions to assess and improve collective action in tourism", *Tourist Studies*, vol. 19, no. 1, pp. 23–42, <https://doi.org/10.1177/1468797618790109>.

Waqas-Awan, A., Rossello-Nadal, J. and Santana-Gallego, M. (2020), "New insights into the role of personal income on international tourism", *Journal of Travel Research*, vol. 60, no. 4, pp. 799–809, <https://doi.org/10.1177/0047287520907702>.

Wessels, J-A. and Douglas, A. (2021), "Exploring creative tourism potential in protected areas: The Kruger National Park case", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, <https://doi.org/10.1177/1096348020983532> [Online], available at: <https://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/1096348020983532> (Accessed Jan. 2, 2022).

Information about the authors

O. V. Rogach – Candidate of Sociological Sciences, Associate Professor, Associate Professor of Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation, 49/2 Leningradsky Prospekt, Moscow, 125167, Russia

SPIN-code (RSCI): 2618-6681

AuthorID (RSCI): 800637

Web of Science ResearcherID: W-4432-2017

E. V. Frolova – Doctor of Sociological Sciences, Professor, Professor of Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation, 49/2 Leningradsky Prospekt, Moscow, 125167, Russia

SPIN-code (RSCI): 4098-3475

AuthorID (RSCI): 639721

Web of Science ResearcherID: C-8429-2016

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.
The authors declare no conflicts of interests.

The article was submitted 06.01.2022; approved after reviewing 28.02.2022; accepted for publication 28.02.2022.