

РЕГИОНАЛЬНАЯ И МУНИЦИПАЛЬНАЯ ЭКОНОМИКА REGIONAL AND MUNICIPAL ECONOMY

УДК 504.53.052

DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-2-265-282

Континентально-океаническая дихотомия в развитии туристического бренда западных регионов России в период геоэкономической турбулентности

¹ Горочная В.В., ² Михайлова А.А.

¹ Южный федеральный университет

Россия, 344006, Ростовская область, г. Ростов-на-Дону, ул. Большая Садовая, д. 105

² Балтийский федеральный университет им. И. Канта

Россия, 236041, Калининградская область, г. Калининград, ул. Александра Невского, д. 14

E-mail: vgorochnaya@sfedu.ru, tikhonova.1989@mail.ru

Аннотация. В последние годы западные субъекты России, выступающие контактно-барьерной зоной внешнего взаимодействия, испытывают сложности в наращивании туристической привлекательности территории, что обусловлено негативным влиянием геоэкономических и геополитических факторов. Объектом исследования выступили пространственные тенденции в развитии туристической отрасли, являющиеся следствием сочетания разнонаправленных общемировых, национальных и локальных трендов и тенденций. Цель статьи – оценить произошедшее смещение современных туристических потоков в регионах Западного побережья РФ в контексте континентально-океанической дихотомии. В анализе использован комплекс статистических методов для оценки структурных сдвигов в современном развитии туристической отрасли. Показан разворот туристических потоков в континентальное пространство при сохранении ведущей роли приморских регионов как ареала притяжения туристов. Количественное исследование дополнено качественной оценкой условий формирования и развития туристических кластеров в 4 регионах выборки: Ростовской, Калининградской, Воронежской и Белгородской областях. Для Ростовской области выявлен недоиспользованный потенциал по формированию приморского туристического бренда в сравнении с Калининградской областью. Обоснованы активные процессы туристического кластерообразования и брендинга территорий в неприморских регионах. Для всех регионов исследования определена тенденция к постпандемийному восстановлению туристической активности, а также дана оценка новых рисков и угроз, связанных с близостью зоны боевых действий.

Ключевые слова: приграничный регион, приморский регион, приморский туризм, туристический кластер, пандемия, туристический поток

Благодарности: исследование выполнено при финансовой поддержке гранта РНФ 22-28-00022.

Для цитирования: Горочная В.В., Михайлова А.А. 2024. Континентально-океаническая дихотомия в развитии туристического бренда западных регионов России в период геоэкономической турбулентности. Экономика. Информатика, 51(2): 265–282. DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-2-265-282



Continental-oceanic Dichotomy in the Development of Touristic Brand of the Western Regions of Russia during the Period of Economic Turbulence

¹ Vasilisa V. Gorochnaya, ² Anna A. Mikhaylova

¹ South Federal University

105 Bolshaya Sadovaya St., Rostov-on-Don, Rostov region, 344006, Russia

² Immanuel Kant Baltic Federal University

14 A. Nevskogo St., Kaliningrad, Kaliningrad region, 236041, Russia

E-mail: vgorochnaya@sfnu.ru, tikhonova.1989@mail.ru

Abstract. In recent years, the western regions of Russia, acting as a contact-barrier zone of external interaction, have experienced difficulties in increasing the tourist attractiveness of the territory, which is due to the negative influence of geo-economic and geopolitical factors. The object of the study is the spatial trends in the development of the tourism industry, which are the result of a combination of multidirectional global, national and local trends and tendencies. The aim of the study is to assess the shift in modern tourist flows in the regions of the Western border of the Russian Federation in the context of the continental-oceanic dichotomy. The analysis uses a set of statistical methods to assess structural changes in the modern development of the tourism industry. The reversal of tourist flows to the continental space is shown, while still maintaining the leading role of coastal regions as an area of attraction for tourists. The quantitative study was supplemented by a qualitative assessment of the conditions for the formation and development of tourism clusters in 4 sample regions: Rostov, Kaliningrad, Voronezh, and Belgorod regions. For the Rostov region, an underutilized potential for the formation of a coastal tourism brand has been identified in comparison with the Kaliningrad region. The active processes of tourism cluster formation and branding of territories in non-coastal regions are substantiated. For all regions of the study, a trend toward a post-pandemic recovery in tourism activity was determined, and an assessment of new risks and threats associated with the proximity of the combat zone was given.

Keywords: border region, coastal region, coastal tourism, tourism cluster, pandemic, tourist flow

Acknowledgements: the study is funded by the Russian Science Foundation grant No. 22-28-00022

For citation: Gorochnaya V.V., Mikhaylova A.A. 2024. Continental-oceanic Dichotomy in the Development of Touristic Brand of the Western Regions of Russia during the Period of Economic Turbulence. Economics. Information technologies, 51(2): 265–282. DOI 10.52575/2687-0932-2024-51-2-265-282

Введение

Основу пространственного развития России составляют сменяющие друг друга циклы приоритетного разворота от внутриконтинентального к морскому вектору и обратно. Обусловленные внешними и внутренними факторами, они способствуют смещению доминант в системе межрегионального распределения труда и трансформации роли региональных экономических и селитебных центров [Безруков, 2008]. Как следствие – диспропорция в территориально-отраслевых отношениях и стремление к достижению баланса или паритета. Последнее десятилетие характеризуется ускорением данных процессов в результате турбулентности в системе внешнеполитических отношений «Россия – Запад», а также последствий мировых кризисов экономической системы. На смену интересов в развитии национального пространства РФ оказали влияние внешние факторы – пандемия и санкционные барьеры, ограничившие прежнюю мобильность ресурсов, в т.ч. технологий и высококвалифицированных специалистов [Смородинская, Катук, 2022]. Это привело к замедлению процессов трансграничного делового, научно-технологического, образовательного, культурного взаимодействия, а также вынужденной адаптации российских регионов к новым условиям.

В наиболее сложной позиции оказались рубежные регионы России, непосредственно располагающиеся на линии взаимодействия с западноевропейским пространством, а также прилегающие к зоне вооружённого конфликта [Проблемы экономической безопасности регионов Западного порубежья России, 2019; Экономическая безопасность регионов Западного порубежья России, 2021]. Для них характерна реструктуризация внешнеторговых связей (в связи с разрывом прежних трансграничных политических и социально-экономических контактов) и фрагментация транспортно-коммуникационного потенциала вследствие усиления барьерной функции государственной границы [Огорокова, 2022; Дружинин, 2023; Зверев, 2023].

Данное исследование сфокусировано на проблеме оценки и сохранения туристического потенциала данных регионов, поскольку туристическая отрасль оказалась уязвима к внешнему воздействию. Усиление военной напряженности и барьерных свойств на отдельных участках государственной границы и распад прежних социокультурных трансграничных связей снизили общую туристическую привлекательность данных территорий как в отношении международного, так и внутреннего туризма.

В то же время санкционные ограничения, прямые запреты на перемещение, усложнение и удорожание маршрутов с участием стран-посредников и сопутствующие негативные факторы привели к усилению роли внутреннего туризма в целом [Сафронова и др., 2023], что проецируется и на приграничные субъекты. Отдельные регионы западного приграничья России, ранее служившие зоной прямого контактного взаимодействия со странами ЕС, сейчас для многих российских туристов становятся доступной альтернативой их посещению. Например, Калининградская область, которая обладает высоким культурно-историческим и рекреационным потенциалом и воспринимается в туристическом контексте как «островок» знакомства с европейской архитектурой и культурой в пространстве России. Таким образом, геополитическая турбулентность запустила в туристической отрасли трансформационные процессы, которые в настоящее время носят непоследовательный и разнонаправленный характер, а их формирование происходит под влиянием разномасштабных институциональных факторов.

Особый интерес представляет приморско-континентальная дихотомия в новом распределении туристической активности в Западном порубежье России. С одной стороны, приморские регионы обладают естественными конкурентными преимуществами и формируют повышенную резистентность к геоэкономической турбулентности [Горочная, 2019]. А с другой, в условиях внешних ограничений и геополитической напряженности происходит неравномерное повышение барьерности морских и сухопутных границ, усиливается военная напряжённость в акваториях Чёрного и Балтийского морей. В результате растёт туристическая привлекательность внутриконтинентальных регионов. Одновременно следует учитывать и дивергенцию в уровне и темпах экономического и инновационного развития между самими приморскими регионами в измерении «Север-Юг» [Mikhaylov et al., 2020]. В этой связи целью данного исследования стало оценить произошедшее смещение современных туристических потоков в регионах Западного порубежья РФ в контексте континентально-океанической дихотомии.

Материалы и методы исследования

География исследования включает Западное порубежье России как ареал туристической активности с точки зрения смещения вектора по оси континентально-океанической дихотомии. Ключевые показатели развития туристической отрасли оценивались по двум группам регионов:

(1) неприморские (внутренние): Воронежская, Белгородская, Курская, Брянская, Смоленская, Псковская области;

(2) приморские: Краснодарский край, Ростовская область, Республика Крым, г. Севастополь, Калининградская область, Ленинградская область, Мурманская область, Архангельская область, Республика Карелия.

Санкт-Петербург исключен из выборки исследования во избежание выбросов и искажений агрегированных данных. Поскольку его высокая туристическая привлекательность преимущественно не связана с приморским положением, а в большей степени определяется историко-культурными факторами.

Исследование выполнено с использованием методов сравнительно-статистического анализа, в том числе рассчитаны средние величины, показатели вариации и рассеяния, выполнен анализ динамических рядов. Проведён статистический анализ внутренней неоднородности каждой группы регионов, а также сравнительная оценка между группами.

Основной источник эмпирических данных – база Росстата [Росстат, 2023]. Глубина архива для большинства показателей – начиная с 2013–2014 гг. по настоящее время, что позволило отследить процессы геоэкономической турбулентности, начавшиеся в 2014 году после вхождения в состав РФ регионов Крымского полуострова и введения первых санкционных ограничений. Для количественной динамики организационной среды турфирм глубина архива данных расширена до 2004 года, так как данный показатель во многом отражает внутрирегиональные тенденции деловой среды, имеющие более долгосрочный характер. По отдельным показателям рассматриваются доступные данные в пределах пятилетнего периода, чтобы охарактеризовать наиболее актуальные тенденции.

Количественный анализ был дополнен качественным на основе метода кейс-стади в разрезе выделенных групп регионов. В качестве примеров приморских регионов выбраны Ростовская и Калининградская области, что позволило произвести сравнительную оценку процессов развития туризма в акваториях Чёрного и Балтийского морей. Среди неприморских регионов проанализированы данные по Белгородской и Воронежской областям как наиболее проблемным с точки зрения развития туризма из-за близости к зоне боевых действий.

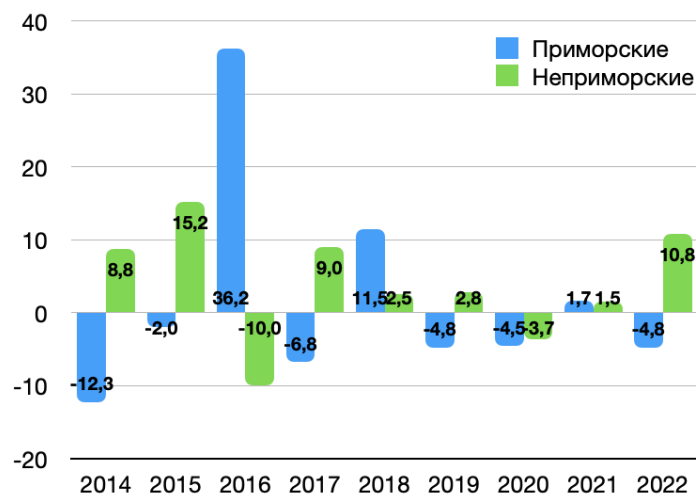
Выбор регионов для кейс-стади также обусловлен процессами формирования в них туристических кластеров. Для анализа кейсов использованы данные официальных интернет-ресурсов региональных администраций и ведомственных структур, туристических кластеров и фирм. Также данное исследование опирается на уже имеющийся у авторов опыт изучения процессов кластеризации туристической сферы в Западном порубежье России, в том числе используются данные количественных замеров, выполненных в 2019–2020 гг. [Gorochnaya et al., 2020] в сопоставлении с данными за последние годы, собранными по той же методике.

Результаты исследования

Регионы выборки существенно различаются по количественным параметрам развития туризма. Для приморских субъектов РФ характерна более насыщенная организационная среда туристической отрасли. Это является отражением роста спроса на морские и прибрежные виды отдыха и рекреации. Если до 2016 года наблюдалась конвергенция между приморским и неприморским типами регионов по относительному количеству турфирм, то с 2016 года вектор развития сместился в приморскую зону, в т. ч. за счёт более активного вовлечения в туристический оборот курортов Крымского полуострова (рис. 1А, Б). Пик пришелся на 2018 год, что отчасти объясняется проведением в этом году чемпионата мира по футболу. Матчи проходили в городах ряда субъектов выборки: Калининград (Калининградская область), Ростов-на-Дону (Ростовская область), Сочи (Краснодарский край). В период пандемии (2020–2022 гг.) туристическая отрасль перешла в режим стагнации, особенно в приморских регионах, где отмечено более сильное сжатие рынка туристических услуг (рис. 1А, Б). В целом внутренние регионы на протяжении рассматриваемого периода демонстрировали более быстрое восстановление после кризисных явлений, нежели приморские: в 2014 г. (начало санкционного давления стран Запада на Россию) и 2020–2021 гг. (коронакризис) (рис. 1Б).



А) в среднем на 1 регион, ед.
per 1 region, units



Б) средние темпы прироста по группе, %
average growth rates (by region groups), %

Рис. 1. Динамика количества турфирм в приморских и неприморских регионах Западного порубежья России
 Fig. 1. Dynamics of the number of travel agencies in the coastal and non-coastal regions of the Western borderland of Russia

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

Расчёт статистических характеристик распределения количества турфирм по группам регионов (стандартного отклонения и коэффициента вариации) демонстрирует, что обе выборки неоднородны – рис. 2 А, Б. Приморские регионы характеризуются большими различиями между собой, нежели внутренние. При этом до 2019 г. неприморские регионы Западного порубежья РФ были более однородны, но к 2022 г. межрегиональные различия между ними усилились.

Наряду с динамикой организационной среды имеет значение величина добавленной стоимости как один из основных показателей производительности в отрасли. Для неприморских регионов выборки она демонстрирует не только восстановление показателей после 2020 года (когда карантинные запреты и эпидемиологические риски неизбежно наложили ограничения на туристическую деятельность), но и последующий рост (рис. 3А). Наиболее ошутимое оживление туризма в 2021 году отмечено в Брянской и Белгородской областях.

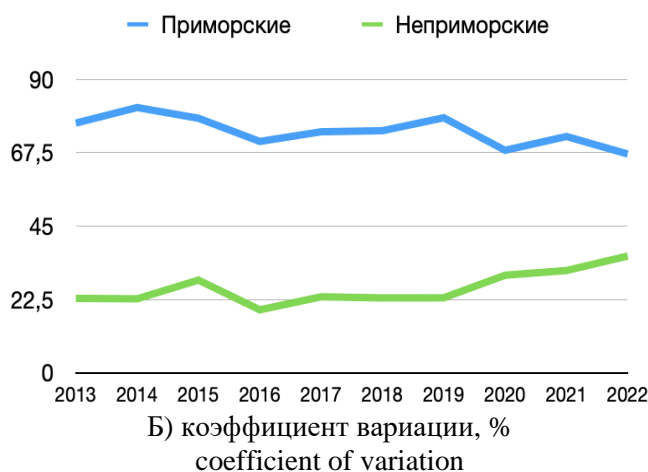
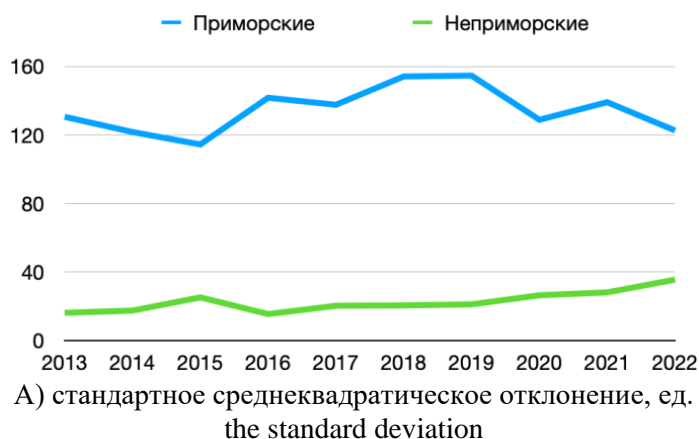


Рис. 2. Статистические характеристики распределения количества турфирм по группам приморских и неприморских регионов

Fig. 2. Statistical characteristics of the distribution of the number of travel agencies by groups of coastal and non-coastal regions

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

В приморских регионах Западного побережья России, где объём валовой добавленной стоимости в целом на порядок выше, чем в неприморских (за исключением северных субъектов) наблюдалась аналогичная ситуация. Лидер по развитию туристической отрасли – Краснодарский край (не представлен на графике 3 из-за существенно более высоких значений показателя). В 2020 г. регион характеризовался снижением туристической активности в сравнении с 2019 г.: на 13,6 % до 158,6 млрд руб. Но уже в 2021 г. произошло оживление туристического рынка, и валовая добавленная стоимость увеличилась до 210,3 млрд руб. Краснодарский край входит в число активно развивающихся приморских регионов, в том числе за счет инвестиционного импульса, заданного ещё в 2014 году.

Среди других приморских регионов Западного побережья России лидерами по росту стали Республика Крым, Ленинградская и Калининградская области. Отдельные северные регионы также имели потенциал к развитию приморского туризма. Например, положительный опыт накоплен в Мурманской области, где всё более активно используется привлекательность особого ландшафта и явлений северной природы (пример, полярное сияние) в формировании туристического продукта, а также развивается геобренд Териберка, обретающий общероссийскую известность. В то же время Ростовская и Архангельская области, Республика Карелия практически не демонстрировали рост валовой добавленной стоимости в туризме в 2019–2021 гг. (рис. 3Б).

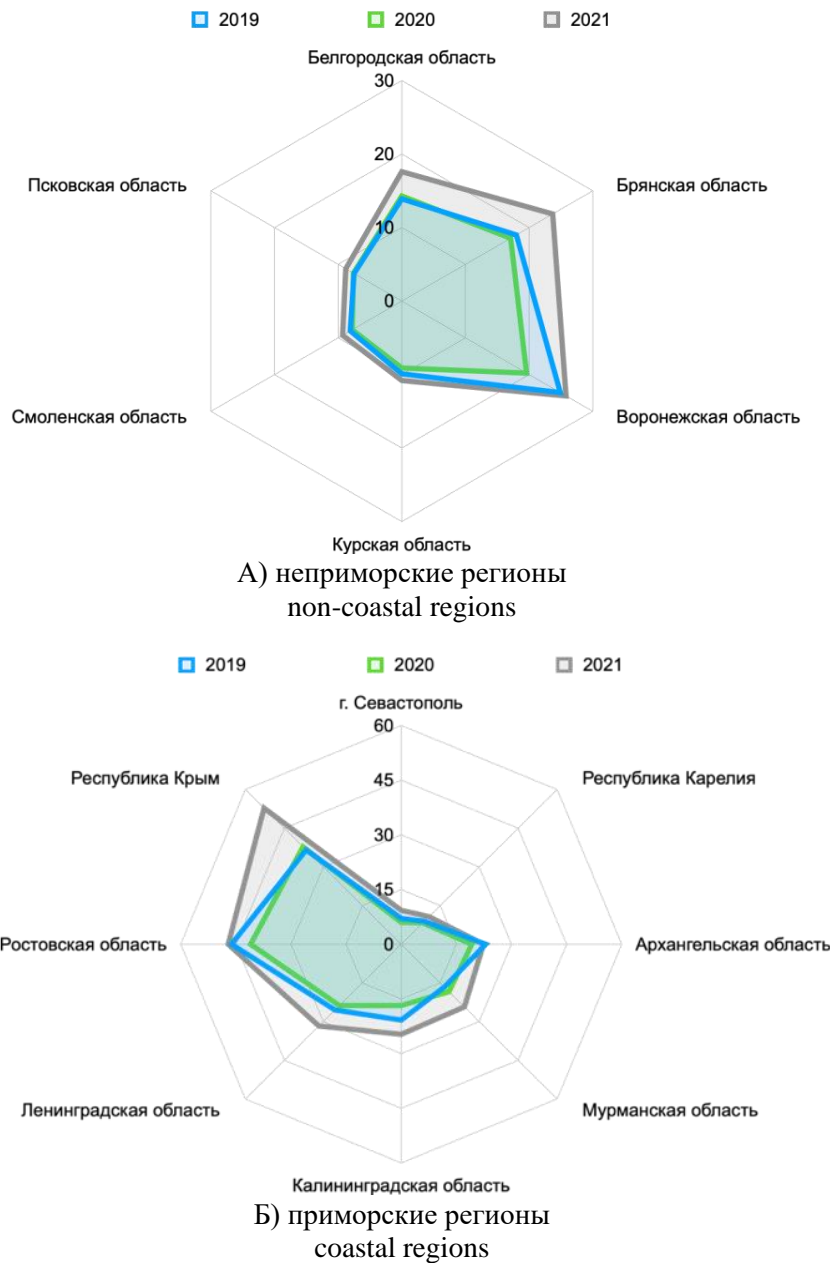


Рис. 3. Валовая добавленная стоимость в туристической индустрии, млрд руб.
 Fig. 3. Gross value added of the tourism industry, billion rubles

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

Оценка абсолютных показателей валовой добавленной стоимости в туризме была дополнена анализом относительных значений в пропорции к региональной экономике. За период после 2019 года доля туризма в ВРП возросла лишь в регионах Крымского полуострова. В других приморских регионах выборки (в том числе в Краснодарском крае) туризм снизил свой вклад в формирование ВРП, несмотря на рост в абсолютном выражении после 2020 года (рис. 4Б). В неприморских регионах динамика структурной доли туризма в ВРП не столь ярко выражена. Однако здесь также присутствует внутренняя неоднородность: в постпандемийный период выросло значение туризма в структуре ВРП Брянской и Псковской областей, существенно сократилась – в Воронежской области. В остальных регионах доля туризма снизилась умеренно, как и в целом по России (рис. 4А).

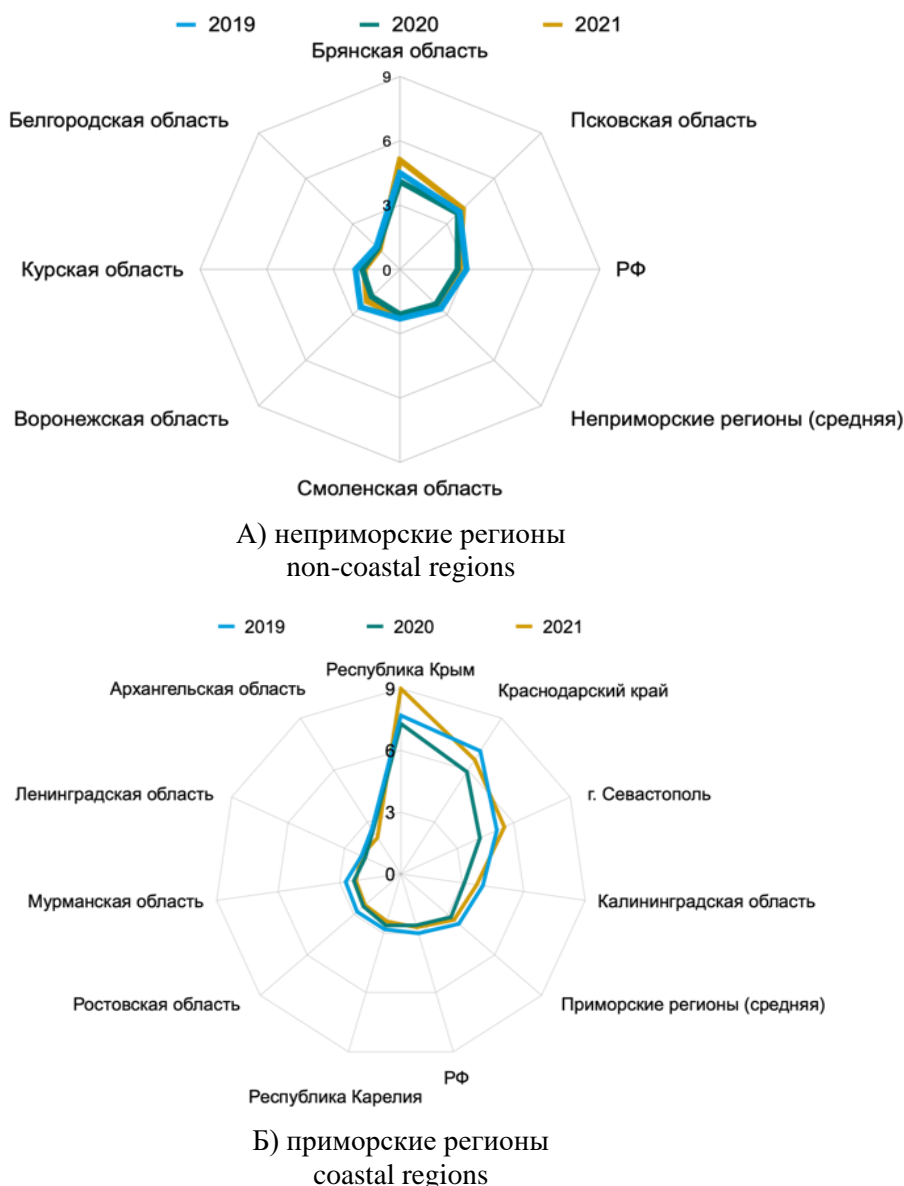


Рис. 4. Валовая добавленная стоимость туристической отрасли в структуре ВРП, %
 Fig.4. Gross value added of the tourism industry in the structure of GRP, %

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

Динамика туристической индустрии в 2019–2021 гг. как в приморских, так и неприморских регионах Западного побережья России в целом отражает общероссийскую тенденцию. В структуре обеих групп регионов выделяются как национальные лидеры по развитию туризма, так и субъекты, в которых не столь масштабная туристическая деятельность является доминантной на фоне других отраслей. Относительные показатели вклада туризма в экономику приморских регионов устойчиво выше общероссийских, а неприморских регионов – ниже общероссийских.

Далее более подробно рассмотрены кейсы развития туристической активности в приморских регионах – Калининградской и Ростовской областях, а также в неприморских – Белгородской и Воронежской областях.

Ростовская область, будучи аграрно-промышленным регионом, не направляет существенных инвестиций на развитие туризма как непрофильной отрасли, несмотря на наличие потенциала в данной сфере. Это связано с тем, что область соседствует с сильным конкурентом в сфере туризма – Краснодарским краем, а потому специализируется преимущественно на транзитной логистической функции. Регион имеет достаточный

потенциал в сфере нематериального культурного наследия, а также располагает ареалами для приморского и других типов отдыха населения, однако прибрежные зоны слабо развиты в инфраструктурном отношении. Вкладом в развитие туризма в Ростовской области были инвестиции в рамках подготовки к Чемпионату мира в 2018 году, направленные на строительство новых и реконструкцию имеющихся гостиничных и культурных объектов, улучшение городского пространства и инфраструктуры. Наличие возможностей по привлечению дополнительного турпотока, а также естественных барьеров развития профильных отраслей (обусловленных экологическими рисками) постепенно приводит к переосмыслению специализации региона, в том числе в направлении туризма.

Калининградская область – приморский регион Балтийского бассейна, не имея прямых конкурентов в числе российских субъектов по туристическому предложению, стал в последние годы центром привлечения внутреннего туристического потока. Эксклавный регион обладает как приморским курортно-рекреационным потенциалом, так и культурно-историческим, экологическим, сельским, сосредоточенным вне прибрежной зоны. Туристическая активность в регионе имеет выраженное тяготение к морскому побережью и его курортным и портово-промышленным центрам [Mikhaylova et al., 2023]. Несмотря на то, что карантинные и санкционные ограничения существенно снизили трансграничный турпоток, более активное развитие получил внутренний туризм, в том числе внутриобластной [Коноплева и др., 2023]. Количество поездок в Калининградскую область за первое полугодие 2023 года выросло на две трети в сравнении с аналогичным периодом 2022 года [Росстат, 2023].

Несмотря на различия Ростовской и Калининградской областей по территории, численности населения и объёмам экономической деятельности, объём их турпотока сопоставим: 1,99 и 1,35 млн поездок соответственно (2022 г.). Небольшая по масштабам Калининградская область существенно опережает крупный южный приморский регион по туристической attractiveness. Та же тенденция прослеживается и через данные о продолжительности посещения обоих регионов: если на Калининградскую область приходится 5,8 млн ночёвок в год, то на Ростовскую существенно меньше – 4,8 млн. На фоне отмеченного бурного роста посещаемости Калининградской области динамика Ростовской области по количеству поездок в первом полугодии 2023 г. оказалась отрицательная. Таким образом, само по себе приморское положение не является главенствующим в формировании тенденций развития туристической индустрии, а работает в совокупности с культурно-историческими, экологическими, логистическими, военно-политическими, экономико-географическими и иными факторами.

В неприморских регионах также присутствуют внутренние различия в туристической привлекательности, обусловленные различными факторами. Так, *Белгородская область*, как и Ростовская, представляет собою высокоразвитый индустриально-аграрный регион. Она располагает значительными туристско-рекреационными ресурсами: культурно-историческими, военно-историческими, историко-этнографическими, аграрно-туристическими. Основным видом туризма является культурно-познавательный. Также регион лидирует в России по количеству объектов сельского туризма. Существенное конкурентное преимущество Белгородской области – относительная близость (700 км) от Москвы как крупного агрегатора спроса на туристические услуги.

В *Воронежской области* туристическая отрасль является недооцененной сферой экономики региона, при том что на территории располагается множество природных и исторических объектов. Главное препятствие для развития туризма в регионе – недостаточный объём инвестиций. На уровне региональной администрации данная проблема остро осознаётся за последние годы. Так, по словам губернатора Воронежской области А. Гусева: «По эффективности АПК, инвестиционному климату и качеству жизни область входит в топ-10 субъектов РФ. При этом в рейтинге туристического интереса регион не входит ни в десятку, ни в двадцатку лидеров» [Борцова, 2021].

Как и в случае с рассмотренными приморскими регионами, объём турпотока в соседствующих неприморских регионах существенно различается: 0,8 млн и 1,9 млн поездок в Воронежской и Белгородской областях соответственно по данным за 2022 год. Однако продолжительность посещения Воронежской области выше (6,68 млн ночёвок), чем в Белгородской (3,27 млн ночёвок). Это характеризует последнюю как регион для коротких познавательных поездок преимущественно жителей Москвы и Московской области, в то время как в Воронежской области больше распространён продолжительный оздоровительный отдых, природный и экологический туризм. При этом Воронежская область активнее развивается, всё больше осознавая свой туристический потенциал: за первое полугодие 2023 года увеличение числа поездок в регион по сравнению с аналогичным периодом прошлого года было практически двукратным. В Белгородской области аналогичный показатель вырос примерно на четверть (24,5%) за тот же период.

Анализ долгосрочных (за последние 20 лет) тенденций динамики деловой среды в рассматриваемых регионах показывает пёструю картину. В Ростовской области устойчиво наметилось сокращение числа турфирм, особенно ярко проявившееся в период общего кризиса деловой среды региона в 2015–2017 гг. и с началом пандемии коронавируса в 2020 году. В Калининградской области имеет место тенденция к неустойчивому росту. Положительно сказались действие режима МПП в 2012–2016 гг., проведение матчей Чемпионата мира по футболу в 2018 году, развитие внутреннего туризма в постпандемийный период. В Воронежской области происходит активный и стабильный рост в последние годы, в том числе вследствие региональной экономической политики развития внутреннего туризма, а в Белгородской области – умеренный рост туристического сектора, на который негативно повлияла пандемия (рис. 5).

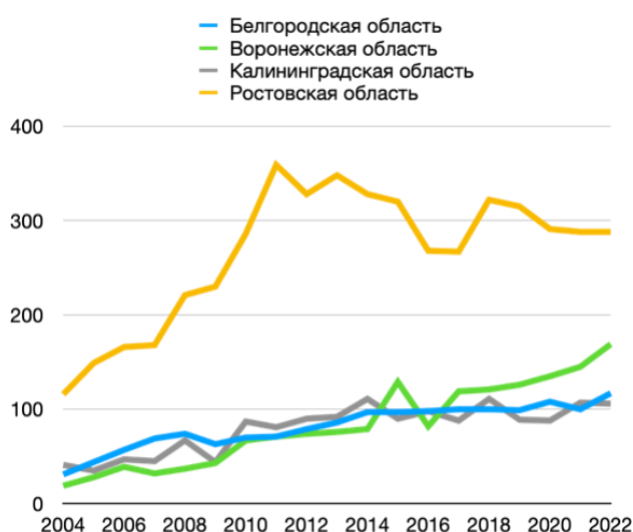


Рис. 5. Долгосрочная динамика количества турфирм в Белгородской, Воронежской, Калининградской и Ростовской областях, ед.

Fig. 5. Long-term dynamics of the number of travel agencies in the Belgorod, Voronezh, Kaliningrad and Rostov regions, units.

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

Однако следует учитывать, что динамика количества турфирм сопряжена с отраслевой и общеорганизационной спецификой (последняя наиболее характерна для Ростовской области, где происходит кризис деловой среды). Яркий пример синхронности и асинхронности динамики турфирм и всех предприятий региона – Калининградская область (рис. 6, 7).

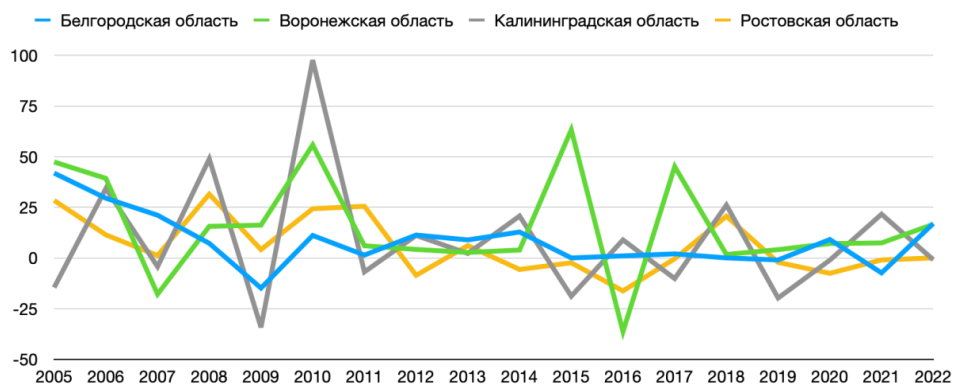


Рис. 6. Ежегодные темпы прироста количества турфирм в Белгородской, Воронежской, Калининградской и Ростовской областях, %
Fig. 6. Annual growth rates of the number of travel agencies in the Belgorod, Voronezh, Kaliningrad and Rostov regions, %

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

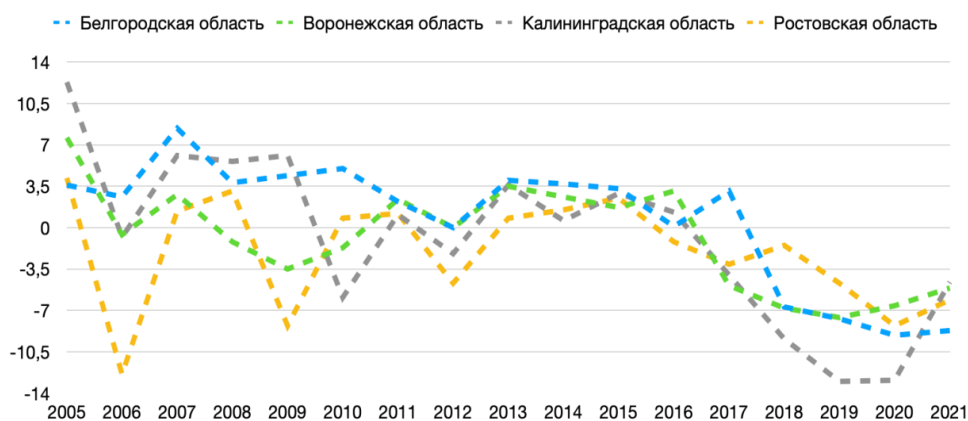


Рис. 7. Ежегодные темпы прироста количества предприятий и организаций в Белгородской, Воронежской, Калининградской и Ростовской областях, %
Fig. 7. Annual growth rates of the number of enterprises and organizations in the Belgorod, Voronezh, Kaliningrad and Rostov regions, %

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

За последние годы существенно сказались постковидные последствия: общее снижение туристической мобильности населения, а также тенденция к исключению практики туризма, сохраняющаяся у части домохозяйств после продолжительного карантина как стремление отложить возобновление поездок до полного уничтожения рисков заражения коронавирусом. Количество реализованных турпакетов оказалось наиболее чувствительным показателем по отношению к «волнам» геоэкономической турбулентности. Реакция приморских регионов пропорциональна масштабам их туристического сектора (рис. 8).

За последние годы, наряду с действием постковидных факторов, туристическая отрасль западных субъектов РФ претерпевает проблемы из-за снижения привлекательности в силу близости к территории боевых действий и геополитического разлома в системе «Россия – Запад». Ограничения коснулись и непосредственно транспортно-логистического комплекса, в особенности – авиасообщения, в результате чего возросла нагрузка на железную дорогу и автотранспорт, что особенно актуально для Ростовской области [Горочная, 2023]. Для Калининградской области транспортный вопрос в результате препятствий для передвижения автотранспорта через территорию сопредельных государств ЕС усложняет и удорожает логистические цепочки, что ведёт к росту цен на товары и услуги. Соответственно, косвенно

это сказывается и на удорожании пребывания туристов на территории региона.

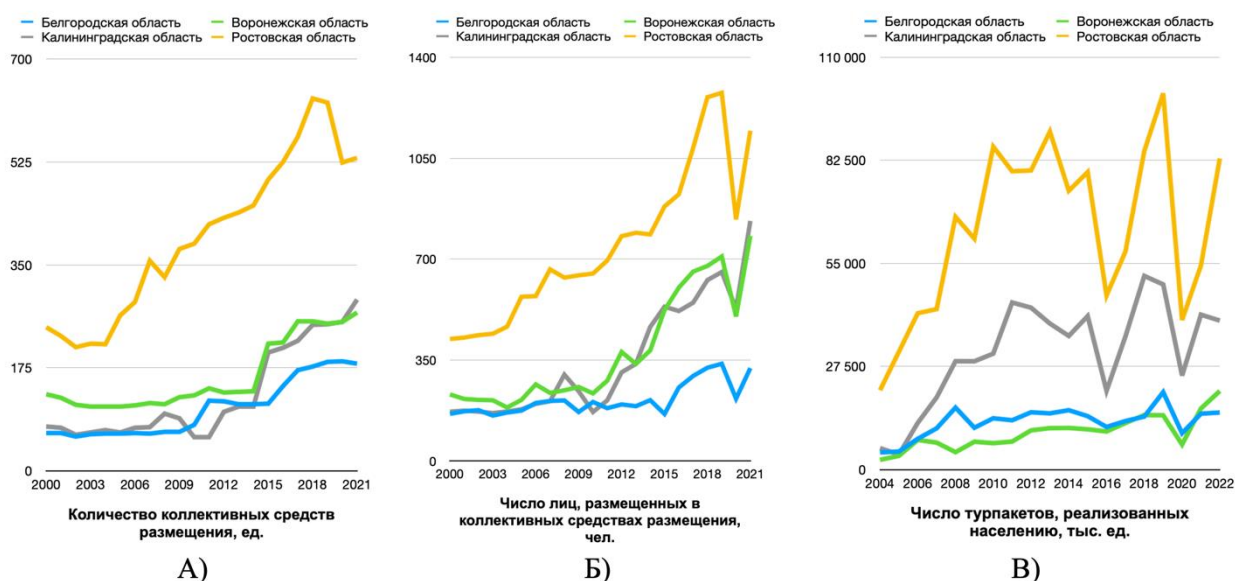


Рис. 8. Динамика показателей развития туризма в Белгородской, Воронежской, Калининградской и Ростовской областях в 2000–2022 гг.

Fig. 8. Dynamics of tourism development indicators in the Belgorod, Voronezh, Kaliningrad and Rostov regions, 2000–2022

Примечание: составлено авторами на основе [Росстат, 2023]

Отдельным значимым аспектом укрепления и развития туристического сектора на региональном уровне является кластеризация. По результатам исследований [Gorochnaya et al., 2020; Gorochnaya et al., 2021] установлено, что процесс формирования кластеров развёртывается в Западном порубежье РФ пространственными «волнами» от трёх главных центров инициальной кластеризации – Ростовской и Калининградской областей, Санкт-Петербурга, однако в туристической отрасли он не подвержен той же закономерности. С одной стороны, сфера туризма в большей мере подвержена кластеризации как таковой. С другой – сам процесс формирования кластеров в каждом регионе идёт преимущественно в направлении от более к менее профильным отраслям, часто «перекидывается» из соседствующих регионов, в результате имеет место сложная картина (табл. 1).

Таблица 1
Table 1

Динамика формирования кластеров в регионах Западного порубежья России
Dynamics of cluster formation in the regions of the Western borderland of Russia

Регион	До 2014 г.		2014–2015		2016–2017		2018–2019		Формируемые в постковидный период	
	Всего	Туризм	Всего	Туризм	Всего	Туризм	Всего	Туризм	Всего	Туризм
Краснодарский край	-	-	1	1	1	-	-	-	3	-
Ростовская область	7	-	7	-	2	-	1	-	4	1
Воронежская область	-	-	9	-	-	-	2	-	2	1
Белгородская область	-	-	1	-	1	-	-	-	6	2
Курская область	-	-	-	-	1	-	-	-	4	-

Окончание табл. 1
End of the table 1

Регион	До 2014 г.		2014–2015		2016–2017		2018–2019		Формируемые в постковидный период	
	Всего	Туризм	Всего	Туризм	Всего	Туризм	Всего	Туризм	Всего	Туризм
Брянская область	-	-	1	1	1	1	1	-	3	-
Смоленская область	-	-	-	-	4	1	-	-	-	-
Псковская область	-	-	-	-	2	1	-	-	-	-
Калининградская область	7	1	-	-	-	-	-	-	2	1
Ленинградская область	-	-	-	-	-	-	4	-	1	1
Санкт-Петербург	4	-	3	-	5	-	1	1	-	-
Республика Карелия	-	-	-	-	-	-	2	1	2	-
Мурманская область	-	-	1	1	-	-	2	-	-	-

Примечание: составлено авторами на основе [Gorochnaya et al., 2020]

На основе данного обзора очевидно, что процессы кластеризации туризма начались преимущественно в приморских регионах, и лишь в период 2016–2017 гг. диффузировали в неприморские. При этом как санкции после 2014 года способствовали первому активному импульсу распространения практик кластеризации по западным регионам, так и в период с 2020 года постковидное восстановление и новые санкции способствовали второму импульсу, который активнее проявил себя в туристической сфере. В этой связи рассмотрим более подробно данный процесс в каждом из исследуемых региональных кейсов.

В Ростовской области кластерная поддержка не привела к активному росту числа туристических организаций. Несмотря на инициативы, периодически проявляемые с 2015–2016 гг., фактического формирования ростовского туристического кластера не произошло. Инициатива 2017 года, объединившая 10 организаций-участников, не получила оформления в полноценный кластер [Российская кластерная обсерватория, 2023].

В Калининградской области с 2014 года была образована сеть кластеров, одноимённых старинным названиям приморских курортных городов, в которых они локализованы [Приморские зоны России на Балтике: факторы, особенности, перспективы и стратегии трансграничной кластеризации, 2018]. В 2020 году начался этап «переформатирования» туристической отрасли в новых условиях и создан Туристский информационный центр – ядро кластерной инициативы, которая зародилась еще в 2018 году. В 2023 году данная структура объединила 76 формальных членов. В целом для региона туристический кластер – основа для объединения профильных ассоциаций, площадка для диалога с властью, реализации мероприятий, продвижения туристического бренда. Устойчивость туристического кластера обуславливается как наличием заинтересованности в сотрудничестве у самих представителей туриндустрии, так и оказываемой господдержкой.

В Белгородской области заявлены такие проекты, как туристско-рекреационный кластер «Северский Донец» [ВШЭ, 2014] и агротуристический кластер, охватывающий три городских округа: Шебекинский, Яковлевский и Алексеевский [ТАСС, 2022]. Процесс формирования кластерных инициатив начался ещё в 2015–2016 годах и лишь за последние годы обрёл характер более конкретного проекта, в том числе участвующего в конкурсах на централизованную поддержку. Конкурентным преимуществом заявленных на сегодняшний день проектов является комплексность кластера, сочетание историко-культурного, природного, аграрного туризма [Туризм и отдых, 2023].

В Воронежской области туристско-рекреационный кластер «Воронежский» официально создан в 2022 году (в нём числится 21 участник) [Борцова, 2021]. В целом за 2022 год в регионе произведена разработка нормативно-правовой базы по созданию туристско-рекреационных



кластеров: утвержден порядок их создания и функционирования, определены требования к инициаторам создания и к управляющей компании.

Таким образом, в настоящий момент кластерные инициативы в сфере туризма в большей мере принадлежат неприморским регионам. В приморских же происходит либо новый этап на основе предшествующего опыта кластеризации, либо «вялотекущий» процесс, недостаточно поддержанный на уровне региона и ингибируемый общим кризисом деловой среды.

Взаимосвязанным с кластеризацией процессом является формирование регионального туристического бренда. В связи с этим обратим внимание на позиционирование исследуемых регионов. Приморское положение региона может стать основой для формирования «морского» бренда, чем активно занимается Калининградская область, «лицо» которой в значительной мере формируют приморские города-курорты. Эти центры рекреации активно посещаются как туристами, так и местными жителями, обладают развитой инфраструктурой отдыха и транспортной логистикой, культурно-историческими достопримечательностями и выигрышным архитектурным обликом, привлекающим туристов. Вместе с этим «морской» (в том числе «балтийский») бренд активно позиционируется регионом на уровне наименований проектов и организаций, использования морской символики в логотипах и на обложках изданий, в сувенирной продукции; проводятся празднества морской тематики.

Приморский статус Ростовской области (несмотря на наличие закрепившегося бренда Ростова-на-Дону как «порта пяти морей») не получил продолжения в логотипах, отсутствует сувенирная продукция и праздники, посвященные тематике моря. Транспортная логистика и инфраструктура отдыха в прибрежной зоне Азовского моря развиты слабо. Местные оздоровительные центры редко посещаются местным населением и практически не рассматриваются в качестве вариантов отдыха нерезидентами региона, будучи неконкурентоспособными перед брендами курортов Краснодарского края. В регионе развивается практически исключительно «казачий» туристический бренд, смещающий акцент с прибрежных территорий в континентальное пространство – к историко-культурным достопримечательностям казачьих столиц – г. Новочеркаска и ст. Старочеркасской, а также в меньшей мере в сторону удаленной от Ростова-на-Дону ст. Вёшенской и некоторых других центров. При этом «казачий» бренд региона мог бы быть дополнен «морским», что привлекло бы внимание не только к региону в целом и его центру, но и к портовым городам – Таганрогу и Азову, населённым пунктам Неклиновского и Азовского районов. В настоящее время брендование «приморских» туристических маршрутов («Таганрог – город у моря», «Таганрогский экспресс – дорога к морю» и др.) в регионе только начинается [Вольный Дон, 2023].

Неприморские регионы в настоящее время более комплексно и последовательно формируют различные составляющие своего туристического позиционирования, целенаправленно производят брендование в целях повышения привлекательности территории. В Воронежской области дифференцированно брендируются три основных направления – Рамонское, Костенкинское и Дивногорское, а также приоритетные виды туризма: культурно-познавательный, экологический, событийный, детский, деловой, лечебно-оздоровительный, сельский и промышленный. Памятники истории и природы – основа туристического продукта, она же становится и основой для формирования локальных туристических брендов. В Белгородской области развивается культурно-познавательный и сельский туризм. В регионе длительное время развивается брендование территории [Шалыгина, Селюков, 2014]. Концепция региональной программы «Брендование территорий Белгородской области» обсуждалась ещё с 2013 года [Белновости, 2013]. Главные составляющие бренда, на которые взят курс ещё с 2016 года: природа, история, культура, быт, личность [Гуляев, Лиховец, 2016]. В 2021 г. на новом этапе активизированы процессы целенаправленного брендования территории, разработана нормативная база для данного процесса, в результате – разработан также общий бренд «Ого Белогорье» («БелОГОрье») [Патентус, 2023]. В результате за последние годы регион вошел в топ-500 туристических

брендов России. Примечательно, что наряду с материальными природными объектами, памятниками истории и архитектуры существенное внимание уделяется нематериальному культурному наследию. Так, одной из главных достопримечательностей Белогорья признаны особые хороводы-змейки, не встречающиеся в других регионах [Russian Event Awards, 2014]. Таким образом, как дифференцированный подход, так и комплексность формирования регионального туристического бренда, его сложность и применение последовательного централизованного подхода, внимательного к локальным деталям, позволяют выигрышно позиционировать даже небольшой по масштабам и испытывающий риски в текущей ситуации регион.

Заключение

Проведённое исследование показывает не только тенденции континентально-океанической дихотомии, но и многомерную многоплановую картину развития туристической отрасли в Западном порубежье России. Основное влияние на данный процесс оказывают тенденции глобального и национального порядка, такие как постковидное восстановление; геэкономическая нестабильность; переориентация на внутренний туризм. Заметно влияние также местных факторов: удалённость от столичных центров как ареалов сосредоточения спроса на туристические услуги; наличие и характер заинтересованности региональной администрации в формировании туристического кластера; уровень развития и плотность организационной среды; целенаправленность и последовательность брендинга территории и другие. Сочетание общероссийских трендов и локальной природной и экономической специфики определяет дифференциацию между приморскими и внутренними субъектами РФ в развитии туристического потенциала.

С одной стороны, приморские регионы в целом продолжают занимать лидирующие позиции по показателям развития туризма в абсолютном выражении, а развивающие туристический бренд – и в относительном выражении. С другой стороны, сама группа приморских регионов существенно неоднородна и в большей мере подвержена влиянию геэкономической турбулентности. Неприморские регионы более однородны, не демонстрируют колебаний высокой амплитуды по основным показателям и в последние годы имеют более существенный рост туристической отрасли, чем приморские. В этой связи обнаруживается тенденция к «континентализации» внутренних туристических направлений при сохраняющемся доминировании приморских регионов на западных рубежах РФ. Та же тенденция обнаруживается и на качественном уровне, и через прослеживаемую динамику кластеризации.

В 2021–2022 гг. были запущены процессы «восполнения пробела» отсутствия туристических кластеров в тех субъектах Западного порубежья РФ, где они не сформировались, и прежде всего – в неприморских регионах. Продолжается процесс нормативной регламентации, разработки и внедрения территориальных брендов (в особенности – в неприморских Белгородской и Воронежской областях). Также важно отметить, что развитие внутреннего туризма в целом положительно (хотя и неоднородно) сказалось на экономике как приморских, так и континентальных западных регионов РФ, несмотря на существенное усиление угроз со стороны зоны вооружённого конфликта и сопутствующие транспортно-логистические ограничения. Отчасти они стали причиной смещения вектора в сторону неприморских регионов в срезе континентально-океанической дихотомии.



Список источников

- Безруков Л.А. 2008. Континентально-океаническая дихотомия в международном и региональном развитии. Новосибирск: Академическое изд-во «Гео». 369 с.
- Белновости. 2013. Концепцию брендинга Белгорода обсудили на Общественном совете. URL: <https://www.belnovosti.ru/11279.html#> (дата обращения: 17.02.2024).
- Борцова А. 2021. Кластер «Воронежский» возродит туристическую привлекательность области. Время Воронежа. URL: <https://vrntimes.ru/articles/analitika/klaster-voronezhskiy-vozrodit-turisticheskuyu-privlekatelnost-oblasti> (дата обращения: 13.10.2023).
- Вольный Дон. 2023. Официальный туристический портал Ростовской области. URL: <https://visitdon.ru/> (дата обращения: 16.10.2023).
- ВШЭ. 2014. В Белгородской области создают туристический кластер «Северский Донец». URL: <https://www.hse.ru/org/hse/cluster/news/212293345.html> (дата обращения: 15.01.2024).
- Патентус. 2023. Заявка на регистрацию товарного знака «Ого Белогорье» подана в Роспатент. URL: <https://patentus.ru/blog/2023/03/zayavka-na-registratsiyu-tovarnogo-znaka-ogo-belogore-podana-v-rospatent/> (дата обращения: 15.10.2023).
- Приморские зоны России на Балтике: факторы, особенности, перспективы и стратегии трансграничной кластеризации. 2018. Под ред. А.Г. Дружинина. Сер. Научная мысль Балтийского федерального университета. Москва, 216 с.
- Проблемы экономической безопасности регионов Западного побережья России. 2019. Под ред. Г.М. Федорова, Калининград, Изд.-во БФУ им. И. Канта, 267 с.
- Российская кластерная обсерватория. 2023. Карта кластеров России: Кластер туристической отрасли. URL: <https://map.cluster.hse.ru/cluster/526> (дата обращения: 17.10.2023).
- Росстат. 2023. Туризм. Федеральная служба государственной статистики. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения: 13.10.2023).
- ТАСС. 2022. В Белгородской области на средства гранта «Агротуризм» реализуют три проекта. URL: <https://tass.ru/ekonomika/14878055> (дата обращения: 17.02.2024).
- Туризм и отдых. 2023. Губернатор и правительство Белгородской области. URL: <https://belregion.ru/region/priorities/turizm-i-otdykh/> (дата обращения: 18.10.2023).
- Экономическая безопасность регионов Западного побережья России. 2021. Под ред. Г.М. Федорова, Калининград, Изд.-во БФУ им. И. Канта, 232 с.
- Russian Event Awards. 2014. Финалист Национальной премии в области событийного туризма «Russian Event Awards» 2014 года — «Возрождение орнаментальных хороводов «Кривые танки Грайворонской слободы». URL: <https://rea-awards.ru/news/finalist-nacionalnojj-premii-v-oblasti-sobyitijnogo-turizma-russian-event-awards-2014-goda-vozrozhdenie-ornamentalnykh-khorovodov-krivye-tanki-grajvoronskojj-slobody/> (дата обращения: 10.10.2023).

Список литературы

- Горочная В.В. 2023. Преодоление геоэкономической турбулентности в аспекте континентально-экономической дихотомии (на примере Ростовской и Калининградской областей). Проблемы приграничья. Новые траектории международного сотрудничества: материалы VII международной научно-практической конференции / отв. ред. А.А. Михайлова. — Калининград: Издательство БФУ им. И. Канта, 7: 79–87.
- Горочная В.В. 2019. Резистентность морехозяйственного комплекса западных регионов России в условиях геоэкономической турбулентности: факторы, механизмы, региональный опыт. Экономические науки, 180: 29–38.
- Гуляев И.И., Лиховец К.В. 2016. Анализ культурного брендинга города Белгорода и Белгородской области. NovaInfo, 48: 338–342.
- Дружинин А.Г. 2023. Центро-периферийное реструктурирование «морских» регионов российского побережья: современные геополитические и геоэкономические детерминанты. Проблемы приграничья. Новые траектории международного сотрудничества: материалы VII международной научно-практической конференции / отв. ред. А.А. Михайлова. — Калининград: Издательство БФУ им. И. Канта, 7: 11–15.
- Зверев Ю.М. 2023. Три российских региона на Балтике в условиях противостояния России и Запада. Балтийский регион, 15(4): 24–41. DOI: 10.5922/2079-8555-2023-4-2

- Коноплева В.С., Герасимова А.В., Коноплева И.А. 2023. Формы и перспективные направления развития туризма в Калининградской Области. *Экономический вектор*, 2(33): 65–72. DOI:10.36807/2411-7269-2023-2-33-65-72
- Окорочкова Ю.А. 2022. Совершенствование транспортно-логистических цепей в приграничных регионах России в новых реалиях. *Московский экономический журнал*, 9, 646–656.
- Сафронова Т.Н., Яброва О.А., Шитова Д.Д., Ханеева М.А. 2023. Рынок туризма в мире и в России: современное состояние и перспективы развития. *Наука Красноярья*, 12(3): 26–43. DOI:10.12731/2070-7568-2023-12-3-26-43
- Смородинская Н.В., Катукоев Д.Д. 2022. Россия в условиях санкций: пределы адаптации. *Вестник Института экономики Российской академии наук*, 6: 52–67. DOI: 10.52180/2073-6487_2022_6_52_67
- Шалыгина Н.П., Селюков М.В. 2014. Брендинг и его роль в создании инвестиционной привлекательности региона. *Современные проблемы науки и образования*, 5. URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14688> (дата обращения: 04.10.2023).
- Gorochnaya V., Mikhaylov A., Plotnikova A., Mikhaylova A. 2021. The interdependence between tourism and innovation activity in the western borderlands of Russia. *GeojournalofTourismandGeosites*, 34(1): 147–154.
- Gorochnaya V.V., Mikhaylov A.S., Plotnikova A.P., Mikhaylova A.A. 2020. Tourism clusters and innovation security: dialectics in the western border regions of Russia. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 28(1): 127–139. DOI: 10.30892/gtg.28110-457
- Mikhaylov A.S., Gorochnaya V.V., Hvalev D.V., Gumenyuk I.S. 2020. Innovatedevelopmentof Russian coastalregions: North-South divergence. *Baltic Region*, 12(3): 105–126.
- Mikhaylova A.A., Bocharnikov V.N., Giricheva E.E., Hvalev D.V., Mikhaylov, A.S. 2023. Geospatial modeling of the distribution of tourist attractions for the functional delimitation of coastal zones. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 50(4): 1494–1505. DOI: 10.30892/gtg.50429-1147

References

- Gorochnaya V.V. 2023. Overcoming geo-economic turbulence in the aspect of the continental-oceanic dichotomy (on the example of the Rostov and Kaliningrad regions). *Borderland Issues. New Trajectories of International Cooperation: Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference / vol. ed. A. A. Mikhaylova.* — Kaliningrad: Immanuel Kant Baltic Federal University Press, 7: 79–87 (in Russian).
- Gorochnaya V.V. 2019. Resistance of the maritime economic complex of the western regions of Russia in conditions of geo-economic turbulence: factors, mechanisms, regional experience. *Economic Sciences*, 180: 29–38 (in Russian).
- Gulyaev I.I. Likhovets K.V. 2016, Analysis of cultural branding of the city of Belgorod and the Belgorod region. *NovaInfo*, 48: 338–342 (in Russian).
- Druzhinin A.G. 2023. Central-peripheral restructuring of the «Maritime» regions of the Russian borderlands: modern geopolitical and geo-economic determinants. *Borderland Issues. New Trajectories of International Cooperation: Proceedings of the VII International Scientific and Practical Conference / vol. ed. A. A. Mikhaylova.* — Kaliningrad: Immanuel Kant Baltic Federal University Press, 7: 11–15 (in Russian).
- Zverev Yu.M. 2023, Three Russian Baltic regions in the context of confrontation between Russia and the West. *Baltic region*, 15(4): 24–41 (in Russian). DOI: 10.5922/2079-8555-2023-4-2
- Konopleva V.S., Gerasimova A.V., Konopleva I.A. 2023. Forms and promising directions of tourism development in the Kaliningrad region. *Economic Vector*, 2(33): 65–72 (in Russian). DOI: 10.36807/2411-7269-2023-2-33-65-72
- Okorokova Yu.A. 2022. Improvement of transport and logistics chains in the border regions of Russia in the new realities. *Moscow economic journal*, 9: 646–656 (in Russian).
- Safronova T.N., Yabrova O.A., Shitova D.D., Khaneeva M.A. 2023. Tourism Market in the World and In Russia: Modern State and Development Prospects. *Krasnoyarsk Science*, 12(3): 26–43 (in Russian). DOI: 10.12731/2070-75682023-12-3-26-43
- Smorodinskaya N.V., Katukov D.D. 2022. Russia under sanctions: limits of adaptation. *The Bulletin of the Institute of Economics of the Russian Academy of Sciences*, 6: 52–67 (in Russian). DOI: 10.52180/2073-6487_2022_6_52_67



- Shalygina N.P., Selyukov M.V. 2014. Branding and its role in creating investment the attractiveness of the region. *Modern problems of science and education*, 5, URL: <https://science-education.ru/ru/article/view?id=14688> (availableat: 04.10.2023) (in Russian).
- Gorochnaya V., Mikhaylov A., Plotnikova A., Mikhaylova A. 2021, The interdependence between tourism and innovation activity in the western borderlands of Russia. *Geojournal of Tourism and Geosites*. Vol. 34, 1: 147–154.
- Gorochnaya V.V., Mikhaylov A.S., Plotnikova A.P., Mikhaylova A.A. 2020, Tourism clusters and innovation security: dialectics in the western border regions of Russia. *Geojournal of Tourism and Geosites*. Vol. 28, 1: 127–139. DOI: 10.30892/gtg.28110-457
- Mikhaylov A.S., Gorochnaya V.V., Hvalei D.V., Gumenyuk I.S. 2020, Innovative development of Russian coastal regions: North-South divergence. *Baltic Region*. 2020. Vol. 12, 3: 105–126.
- Mikhaylova A.A., Bocharnikov V.N., Giricheva E.E., Hvalei D.V., Mikhaylov A.S. 2023. Geospatial modeling of the distribution of tourist attractions for the functional delimitation of coastal zones. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 50(4): 1494–1505. <https://doi.org/10.30892/gtg.50429-1147>

Конфликт интересов: о потенциальном конфликте интересов не сообщалось.

Conflict of interest: no potential conflict of interest related to this article was reported.

Поступила в редакцию 12.03.2024

Received March 12, 2024

Поступила после рецензирования 26.03.2024

Revised March 26, 2024

Принята к публикации 29.03.2024

Accepted March 29, 2024

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

INFORMATION ABOUT THE AUTHORS

Горочная Василиса Валерьевна, кандидат экономических наук, специалист по учебно-методической работе, Академия психологии и педагогики Южного федерального университета, г. Ростов-на-Дону, Россия

Vasilisa V. Gorochnaya, PhD in Economics, Specialist on Educational and Methodic Work, Academy of Psychology and Educational Sciences of South Federal University, Rostov-on-Don, Russia

Михайлова Анна Алексеевна, кандидат географических наук, старший научный сотрудник, Институт геополитических и региональных исследований Балтийского федерального университета им. И. Канта, г. Калининград, Россия

Anna A. Mikhaylova, PhD in Geography, Senior Researcher, Institute of Geopolitical and Regional Studies, Immanuel Kant Baltic Federal University, Kaliningrad, Russia