

Copyright © 2020 by Sochi State University



Published in the Russian Federation  
Sochi Journal of Economy  
Has been issued since 2007.  
ISSN: 2541-8114  
2020, 14(3): 311-322

[www.vestnik.sutr.ru](http://www.vestnik.sutr.ru)



UDC 338.48

## Drivers of the Development of Modern Tourist Spaces

Vladimir N. Sharafutdinov <sup>a, b</sup>, Elena V. Onishchenko <sup>a, \*</sup>, Arsen R. Simonyan <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Federal Research Centre the Subtropical Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences, Sochi, Russian Federation

<sup>b</sup> Sochi State University, Russian Federation

### Abstract

The article substantiates the hypothesis that the driving force of the development of modern tourist spaces is the sustainable reproduction of regional highly competitive tourist products. At the same time, the authors understand tourist spaces as such coordinates of human life, in which it is provided in the free space-time conditions of the spatial structure of regions, covering natural, territorial, economic, cultural-historical and other formations. That is, we are talking about such spatial and temporal coordinates of regions in which there is a mutual combination of the interests of tourists and the local population on the issues of regulating the demand from tourist flows and supply from the tourist sector of the economy in the space of the regions.

At the same time, the authors substantiate the idea that at the present stage the tourism sector has formed into an independent integral open system, which, from a synergistic point of view, already possesses the properties of self-development. The key role in the formation of these properties is played by the parameters of the order of self-organization of the tourism sector known in the theory of self-organization of systems. In turn, their understanding reveals the possibilities of improving the current management system for the development of the tourism sector of the regional economy, which are available only in the context of the use of the latest information technologies and the digitalization of industries involved in serving tourists. In particular, we are talking about the formation of tourist technological platforms, systems of indicators of the competitiveness of regional tourist products, etc. This provides the real prospects for transforming the tourism sector of the regional economy into a driver of Russia's socio-economic development and identifying key areas for its technological breakthroughs.

**Keywords:** tourism, tourism space, tourism sector, order parameters, tourism sector of the economy, indicators of the competitiveness of regional tourism products, tourism development management system, tourism technology platform.

### 1. Введение

Исследование проблем движителей развития туристских пространств в настоящее время находится на первоначальном этапе. В первом приближении, экономическим движителем освоения и развития туристских пространств, по нашему мнению, является устойчивое воспроизводство региональных туристских продуктов (далее – РТП), востребованных турпотоками (Онищенко и др., 2019). При этом туристское пространство наполняется не только экономическим содержанием, но и целым рядом иных отношений,

\* Corresponding author

E-mail addresses: [398993@gmail.com](mailto:398993@gmail.com) (V.N. Sharafutdinov), [elon@list.ru](mailto:elon@list.ru) (E.V. Onishchenko), [oppm@mail.ru](mailto:oppm@mail.ru) (A.R. Simonyan)

обусловленных взаимодействием с такими пространственными образованиями в структуре регионов, как ландшафтные, культурно-исторические, социальные, этнические и др. Иными словами, пространство становится туристским только по мере наполнения его сферы, во-первых, отношениями туристы – местные жители, а во-вторых, реально складывающимися отношениями удовлетворения спроса со стороны турпотока, а также реализации предложения со стороны туристского сектора экономики, охватывающего все задействованные в удовлетворении спроса туристов отрасли и сферы региона. В частности, начиная с элементарного размещения и обустройства туристов в любой пространственно-временной точке регионов и, заканчивая наличием возможностей у туристов удовлетворять их самые тонкие духовные потребности в любом возрасте, любой национальности, пола или религии.<sup>1</sup>

При этом туристская сфера, как показывает теория и практика развития туризма в мире, вследствие большой подвижности своих пространственно-временных координат, обладает высокой проникающей способностью, что позволяет ей, как правило, без особых затруднений, посредством взаимодействий осваивать, а порой и поглощать иные пространственные образования в пространственной структуре регионов, а именно: территориальные, экологические, градостроительные и др.

Причём всё это до настоящего времени не всегда и не везде находит своё адекватное отражение в топологии карт регионов<sup>2</sup>, внутри которых подвижность элементов туристской сферы пока слабо отражается как в пространственной, так в её событийной или временной картине. А вследствие этого, зачастую наблюдается отсутствие и должной статистической видимости реалий экономики туризма. Собственно, в этой не простой, но характерной уже для многих регионов картине, прежде всего регионов туристско-курортной специализации, и проявляется пространственно-временная специфика развития туристских сфер на современном этапе. При этом мы исходим уже из предпосылки о туристской сфере, как целостной, сложной открытой системы, обладающей на настоящем этапе своего развития основными свойствами саморазвития ([Онищенко, Шарафутдинов, 2020](#)).

## 2. Материалы и методы

Для написания статьи использованы результаты анализа исследований зарубежных и отечественных учёных, рассматривающих проблему формирования и развития туристских пространств в мире. В дополнение к общенаучным методам авторы опираются на экономико-математическое моделирование, а также междисциплинарный, системный и платформенный подходы, рассматривая туристскую сферу экономики и туристскую технологическую платформу как саморазвивающиеся системы, способные самостоятельно преодолевать и подстраиваться под мировые кризисы, типа пандемий, использовать технологические тренды мировой экономики в пользу решения не только коммерческих, но и социальных проблем общества.

## 3. Обсуждение

Предпосылка о туристской сфере, как целостной, сложной, открытой и саморазвивающейся системе, обосновывается следующим образом.

<sup>1</sup> Понятие «туристская сфера» гораздо более ёмкое и одновременно шире своей экономической основы, прежде всего в свете фундаментальной теории и практики туризма, их междисциплинарного наполнения и систематизации результатами многих гуманитарных и естественнонаучных дисциплин. В т.ч. с позиций исследования туризма различными отечественными и национальными научно-образовательными центрами мира на основе своих научно-образовательных подходов ([Основы туризма, 2014: 44-75](#)).

<sup>2</sup> «Топология — это набор правил, которые вместе с инструментами и технологиями редактирования позволяют более точно моделировать геометрические отношения в базе геоданных. В ArcGIS топология обеспечивается через набор правил, которые определяют, как пространственные объекты размещаются в географическом пространстве, а также через набор инструментов редактирования, одинаковым образом применяющихся к объектам с общей геометрией. Топология хранится в базе геоданных как одно или несколько отношений, определяющих, как пространственные объекты одного или нескольких классов пространственных объектов используют общую геометрию. Участвующие в топологии пространственные объекты относятся к простым классам пространственных объектов — топология не изменяет определение класса пространственных объектов, а сама служит описанием пространственных отношений этих объектов» ([Топология, 2020](#))

Во-первых, огромные количественные изменения в сфере туризма за последние десятилетия не могли не привести к серьёзным качественным в ней переменам. За чуть более полувека туристская сфера прошла путь от нескольких десятков миллионов туристов в год до объёмов турпотоков, уже превысивших численность населения нашей планеты. И суть этих перемен в том, что туризм из сферы отдыха и развлечений для небольшой группы состоятельных людей трансформировался в самостоятельный многоотраслевой сектор мировой и отечественных экономик, нацеленный в основном на сохранение и развитие человеческого потенциала, прежде всего передовых, развитых стран. Не случайно, что в них, в том числе при активной поддержке государства, ежегодно вовлекается в туристско-курортную сферу до 80-95 % населения этих стран, развивая социальный туризм. При этом охватывая туристским сектором более 50 сфер и отраслей, начиная с науки и образования, здравоохранения, культуры, транспорта, агропромышленного комплекса, торговли, связи, финансов и, заканчивая, спортом и всеми видами туризма.

Во-вторых, туристский сектор, как экономическая основа сферы туризма, сформирован и использует в своих интересах уже огромную ресурсную, материальную и инфраструктурную базы, основанные не только на неуклонном нарастании масштабов использования и потребления самых разнообразных ресурсов планеты (пространственных, природных, культурно-исторических, социальных, экономических и др.), но и технологий преобразования этих ресурсов в востребованные туристами турпродукты, объёмы которых насчитывают триллионы долларов.

В-третьих, сложилась и неуклонно развивается уже весьма сложная структура туристской сферы. В её основании сотни тысяч предприятий и фирм, функционирующих в режиме *микроуровня* туристской сферы и создающих гигантское разнообразие локальных турпродуктов, в которых до пандемии было занято около 300 млн человек, обслуживающих ежегодно растекающиеся в пространственно-временных координатах регионов и стран уже многомиллиардные турпотоки.

На *мезоуровне* в туристской сфере уже сформировались огромные ансамбли предприятий в рамках ключевых направлений развития туризма (лечебно-оздоровительный, культурно-исторический, экологический и пр.), начиная с гостиничных, ресторанных цепей и, заканчивая структурами управления развития туризма на региональном, страновом уровнях. На этом уровне речь идёт уже о регулировании воспроизводства масштабных и многоотраслевых региональных и страновых турпродуктов, как составляющих ВРП регионов и стран, которые генерируются спросом со стороны турпотоков в пространстве их пребывания.

На *макроуровне* сфера туризма представляется уже международными туристскими структурами континентального уровня (Шенгенская туристская зона, Североамериканская, туристская составляющая Великого шёлкового пути, инициированная Китаем, и др.), включая целый ряд туристских объединений на уровне ООН. Все эти элементы туристской сферы как системы сегодня активно взаимодействуют и взаимовлияют друг на друга в режиме как сетевого, так и спонтанного взаимодействия. Этот процесс представляет собой весьма сложную картину, состоящую как из периодов упорядоченного развития, так и периодов нарастания асинхронных, кризисных событий в тех или иных туристских пространствах стран или регионов, или направлений развития туризма.

Всё это обуславливает то, что сфера туризма уже явно приобрела целостные свойства сложной системы и начинает развиваться, в основном, за счёт своих внутренних факторов, то есть саморазвиваться. При этом одновременно являясь подсистемой в более крупных системных образованиях, таких как мировая экономика, общество в целом, экология планеты, естественно испытывая при этом как неспецифические, так возможно и специфические воздействия, но, уже не утрачивая свою целостность и свои внутренние источники развития, даже под воздействием событий типа мировой коронавирусной пандемии 2020 г., но влияние её будет значительным.

Принципиально важно, что ключевую роль в процессе саморазвития системы имеет её *мезоуровень*, на котором происходит формирование так называемых *параметров порядка саморазвития*, «когда зарождаются и начинают формироваться ее структуры», в ходе которых собственно и возникает процесс самоорганизации» (Дерябина, 2019: 82). Иными словами, процесс структуризации любой системы неизбежно означает перегруппировки в её микроэлементной базе (на микроуровне), в ходе которых все её неустойчивые, ослабленные элементы отсекаются, если они не преобразуются и не впишутся в складывающиеся средние

величины для обеспечения своих устойчивых состояний. При этом важно учитывать, что параметры порядка нельзя выбирать произвольно, они должны соответствовать «нелинейному характеру системы». В случае произвольного, неадекватного определения параметров порядка и оценки их изменения состояние системы может стать неустойчивым (Дерябина, 2019: 82-83).

#### 4. Результаты

На наш взгляд, применительно к сфере туризма такого рода параметры порядка в определённой степени могут отражаться в определённых нами показателях конкурентоспособности региональных турпродуктов (Методологические основы..., 2018), зарождающихся в жёсткой конкурентной борьбе различных регионов мира за современные туристские и финансовые потоки (Крым: новый вектор..., 2017: 13-45).

При этом, как мы полагаем, взаимосвязь параметров порядка туристской сферы и показателей конкурентоспособности региональных туристских продуктов обусловлена тем, что в последних, во-первых, отражаются наиболее привлекательные черты отформатированных в процессе воспроизводства РТП совокупностей товаров и услуг, востребованных турпотоками и вовлекающих их в туристское пространство региона. А во-вторых, что весьма важно на настоящем этапе развития туризма в мире, в системе этих показателей конкурентоспособности РТП одним из ключевых является достаточная для его устойчивого воспроизводства его ресурсообеспеченность. То есть ежегодные или многолетние циклы воспроизводства регионального турпродукта должны иметь качественную и неисчерпаемую ресурсную базу, вовлекаемую в воспроизводственный процесс создания востребованных турпотоками РТП (Шарафутдинов, 2020).

Таким же образом такие показатели конкурентоспособности РТП, как наличие адекватного стратегирования воспроизводственного процесса в его пространственно-временных параметрах регионов, создание высокотехнологичной системы управления развитием туризма в регионах адекватной сложности и масштабам процесса воспроизводства РТП и др. в реальной теории и практике развития туризма в регионах придают туристской сфере как определённый вектор её развития, так и её устойчивость.

А учитывая то, что в конкурентной борьбе за место на туристских рынках посредством целенаправленной деятельности человека формируются практически все ключевые параметры региональных турпродуктов, то по мере трансформации туристской сферы в самостоятельную целостную систему, данные показатели конкурентоспособности РТП начинают приобретать свойства параметров саморазвития туристской сферы.

Иными словами, в ходе непрерывных циклов воспроизводства региональных турпродуктов, в их глубинных основах, складывающихся и фиксируемых в формирующихся структурах воспроизводственных пропорций, постепенно выкристаллизовываются своеобразные реперные точки устойчивости развития туристской сферы в пространственно-временных координатах регионов, выступая на поверхности экономических явлений объективной основой показателей конкурентоспособности конкурирующих между собой за отечественные и мировые турпотоки РТП.

При этом по своей природе параметры порядка туристской сферы, как уже целостной открытой саморазвивающейся системы, вполне способны «подчинять» себе процессы самоорганизации системы, тем самым реализуя «принцип подчинения по Хакену» (Хакен, 1991), который «составляет основу синергетического подхода к анализу эволюции и самоорганизации сложных систем» (Дерябина, 2019: 82). Основной перечень параметров применительно к сфере туризма, способных стать опорными точками структурного каркаса на мезоуровне, на наш взгляд, может быть представлен в виде определённой воспроизводственной матрицы (см. Рисунок 1).



**Рис. 1.** Схема формирования параметров порядка самоорганизации туристской сферы регионов в процессе воспроизводства востребованных турпотоками конкурентоспособных региональных туристских продуктов (составлено авторами)

В данной схеме представлены восемь взаимосвязанных и взаимно обуславливающих друг друга групп показателей. Их осмысление и группировка стали результатом наших исследований системы показателей конкурентоспособности ежегодно воспроизводимых региональных туристских продуктов, представляющих собой органическую составляющую ВРП, генерируемую вовлекаемыми в пространство регион турпотоками. Вместе с тем эта система показателей оказалась созвучна и с определённой степенью приближения явно отражает такие глубинные свойства саморазвивающихся систем, как параметры порядка. Ибо, с одной стороны, в них явно просматривается архитектура структуры туристской сферы как системы. А с другой стороны, в пространстве туристской сферы региона явно обнаруживает себя система определённых, ёмко насыщенных крупными информационными узлами взаимосвязей, раскрывающих перспективы системного и эффективного регулирования развития туристского сектора экономики регионов, прежде всего туристско-курортной специализации.

В этой связи характерны диагональные взаимосвязи воспроизводственной матрицы, представленной на [Рисунке 1](#). В частности, по диагонали a-b-f-h просматривается взаимосвязь ресурсной базы регионов с перечнем отраслей туристских секторов экономики регионов, вовлекаемых в воспроизводство региональных туристских продуктов, уровнем стратегирования их развития и показателями качества и эффективности системы управления развитием туристской сферы. А по диагонали c-d-e-g увязываются взаимозависимость спроса со стороны турпотоков с эффективностью использования вовлекаемого в воспроизводство региональных туристских продуктов туристского потенциала региона, предложением их объёмов, обеспечивающим удовлетворение спроса со стороны турпотоков и современным платформенным подходом реализации такого рода задач, реализуемых в разрабатываемых в настоящее время туристских технологических платформах.

При этом принципиально важно отметить, что зародившийся в Европе в начале второго десятилетия текущего столетия платформенный подход ([Gawer, Cusumano, 2014](#); [Sharafutdinov et al., 2020](#)), как один из современных способов освоения и развития туристских пространств, хорошо работает там и тогда, где и когда в его основу закладываются и постоянно актуализируются последние достижения информационных и цифровых технологий. Без этого сегодня уже невозможно добиваться ключевых показателей

конкурентоспособности воспроизводимых региональных туристских продуктов, так как их воспроизводство основывается на лавинообразном генерировании огромных массивов данных, необходимости их структурирования, сжатия, обобщения и оценки с целью получения новой информации и на её основе наращивания «новой стоимости» в сфере туристского сектора экономики, параметры которого обусловлены средним уровнем потребления, необходимого для сохранения и развития человеческого потенциала.

При этом для её получения необходимо не только должным образом структурировать и сжимать образующуюся информацию, но одновременно находить способы гибкой оптимизации заложенной в ней конфигурации интересов всех ключевых участников воспроизводства региональных туристских продуктов, прежде всего посредством создания и реализации современных туристских технологических платформ. С этих позиций туристские технологические платформы начинают выступать как зарождающиеся современной теорией и практикой развития туризма всё более тонкие и эффективные инструменты участия человека в развитии туристской сферы как саморазвивающейся системы.

В самом общем виде, модель формирования такого рода туристской технологической платформы можно представить в виде современной межотраслевой технологической системы, способной ежегодно обеспечивать устойчивое воспроизводство конкурентоспособных региональных турпродуктов. Функционально такого рода региональные турпродукты зависят от восьми основных параметров порядка, проявляющих себя в соответствующей системе показателей его конкурентоспособности, показанных на рисунке 1. В этом случае в самом общем виде такого рода модель туристской технологической платформы способной обеспечить адекватное участие человека в саморазвитии туристской сферы, обладающей свойствами наполнять и формировать туристские пространства регионов, может выглядеть следующим образом.

ТТП ↔ РТП (a, b, c, d, e, f, g, h), где

↔ - знак взаимной зависимости;

ТТП – это туристская технологическая платформа, обладающая способностью обеспечивать устойчивое воспроизводство конкурентоспособных региональных туристских продуктов, показатели конкурентоспособности которых в контексте платформенного подхода способны адекватно отражать образы формирующихся параметров порядка туристской сферы как саморегулирующейся системы;

РТП – это высококонкурентные региональные турпродукты, ежегодно воспроизводимые в туристском пространстве экономики регионов, вовлекающие в них внутренние и въездные турпотоки. Причём, прежде всего за счёт превращения этих пространств в оазисы оздоровления и укрепления иммунитета человека посредством использования последних достижений медицины в сочетании с оздоравливающими силами природы. Здесь уместно будет отметить, что под воздействием пандемии санаторно-курортный комплекс России может получить мощный импульс своего возрождения и развития, прежде всего на основе новой информационно-технологической базы;

a – группа показателей, характеризующих имеющуюся туристскую ресурсную базу регионов (природную, культурно-историческую, социальную, экономическую, технологическую и др.), вовлекаемую в ежегодное воспроизводство РТП без превышения рекреационной ёмкости регионов. Эта группа показателей предполагает создание интегральной информационной модели динамики состояния туристской ресурсной базы регионов, способной раскрывать текущую и перспективную ресурсообеспеченность устойчивого воспроизводства РТП;

b – показатели перечня отраслей и сфер экономики региона, определённые доли продукции которых реально вовлекаются в воспроизводство РТП. При этом должна иметь место адекватная статистическая видимость формирующихся объёмов и структур РТП в составе валовых региональных продуктов (РТП/ВРП);

c – показатели спроса (объёмы, структура, динамика финансовых потоков), генерируемых турпотоками, вовлекаемыми в пространство регионов. При этом в составе совокупного спроса, как в пандемийный период, так и особенно после него, спрос на оздоравливающие, укрепляющие иммунитет человека турпродукты будет стремительно возрастать. И не исключено, что после 2020 г. новый долговременный цикл развития туризма будет в значительной степени зависеть от успешного реформирования ядер РТП в направлении наращивания доли оздоравливающих, иммуноукрепляющих

турпродуктов в условиях освоения и развития экологически чистых туристских пространств регионов.

d – группа показателей, характеризующих эффективность использования имеющегося туристского потенциала региона (степень изученности туристской ресурсной базы регионов, доля её вовлечения в воспроизводство РТП, глубина и экологическая чистота переработки ресурсной базы регионов в направлении выявления и освоения лечебно-оздоровительных свойств природы и др.);

e – показатели предложения воспроизводимых РТП. Важен неуклонный рост значимости оздоравливающих иммуноукрепляющих турпродуктов в условиях нарастания доли экологически чистых туристских пространств. При этом показатели предложения должны даваться в соотношении спрос/предложение, а также соотноситься с профицитом (дефицитом) платёжного баланса по линии туристской сферы, проистекающим из динамики соотношения внутренних-въездных-выездных турпотоков и генерируемых ими финансовых потоков;

f – показатели наличия и уровня стратегирования развития туристской сферы, основанной на сопоставлении с ведущими туристско-курортными регионами мира по среднему уровню потребления высококачественных турпродуктов иммуноукрепляющего характера, показателям развития человеческого потенциала и уровнями экономического развития;

g – показатели качества и эффективности системы управления развитием туристской сферы (степень достижения стратегических задач, адекватность перечней флагманских проектов выполнению стратегических задач развития туризма, в экономических моделях которых будет экономически выгодным сохранять и наращивать человеческий потенциал; наличие адекватных этим задачам системы подготовки и переподготовки кадров туристской сферы и др.) (Сорокин и др., 2017);

h – показатели действующей туристской технологической платформы, основанной на цифровизации экономики региона, в т.ч. экономики туризма, охватывающей, структурирующей и адекватно сжимающей всё информационное поле туристской сферы до уровня кристаллизации системы показателей конкурентоспособности РТП, способной обеспечивать эффективное управление развитием туризма на уровне регионов и адекватно отображать параметры порядка туристской сферы регионов, как саморазвивающейся целостной, в том числе открытой к оздоравливающим силам природы и усложняющейся системы.

Следует отметить, что на настоящем этапе исследований туристской сферы как саморазвивающейся системы, нет пока должного представления ни о региональных турпродуктах, ни о пространственно-временных координатах их воспроизводства, нет четкого видения условий его устойчивости, в т.ч. из-за отсутствия мониторинга туристской ресурсной базы регионов и целенаправленных мер по её сохранению и обеспечению воспроизводства на всю необходимую для этого многомерную пространственно-временную глубину.

В этих условиях, как мы полагаем, ключ успешности дальнейших исследований этой сложной задачи находится в створе определения как образов параметров порядка, их содержания, статистической видимости и, конечно же, наличия разработанного адекватного математического инструментария, способного объективно описывать механизм их формирования и развития. При этом целенаправленная деятельность по развитию туризма в регионах нашей большой страны должна быть хорошо созвучна параметрам порядка туристской сферы как саморазвивающейся системы. В противном случае эта деятельность, наряду с другими факторами, может оказываться источником нарастания асинхронности, периодов хаотизации в процессе развития туристских сфер регионов.

Одновременно отдельной, но связанной с формированием и описанием механизма формирования порядка туристской сферы, является проблема адекватного их отражения в показателях конкурентоспособности РТП, которые могут и уже должны закладываться в системы управления развитием туризма в регионах на новых организационно и информационно технологических основах. Но это уже следующий этап исследования.

## 5. Заключение

Подводя некоторые итоги, затронутых в данной статье проблем, важно подчеркнуть следующие её основные положения:

1. В свете синергетического подхода (Онищенко, Шарафутдинов, 2020) уже вполне очевидно, что глобальные количественные изменения в сфере туризма привели к таким её качественным изменениям, которые повлияли на её становление как самостоятельной, открытой, сложной, саморазвивающейся системы, занимающей всё более важное место в современном общественном воспроизводстве. Роль этой системы связана с образованием и неуклонным ростом общественно необходимого свободного времени на современном этапе общественного воспроизводства, посредством которого во всё большей степени идёт формирование среднего уровня потребления в обществе (Желаева, 2015: 193), механизм которого всё более смещается в свободные пространственно-временные координаты бытия человека, то есть в значительной степени в сферу туризма и рекреации.

2. Параметры порядка в сфере туризма как саморазвивающейся системы, генерируемые воспроизводственным процессом востребованных РТП, одновременно выступают и как своеобразный глубинный генератор структурирования огромных информационных массивов, порождаемых взаимодействием более 50-ти отраслей и сфер, охватываемых туристским сектором экономики и, как объективная основа формирования системы показателей конкурентоспособности региональных туристских продуктов.

При этом обработка этих массивов информации, особенно учитывая их междисциплинарный, межотраслевой характер, нарастающие масштабы, их динамику и др., требует не только пересмотра используемых в настоящее время методов стратегирования, опирающихся на обеспечение статистической видимости туристской сферы как саморазвивающейся системы в её реальных пространственно-временных координатах, но и её полной оцифровки.

3. Говоря о современном этапе цифровизации экономики туризма всё более важным является то обстоятельство, что планетарные масштабы вовлекаемых в воспроизводство региональных и страновых турпродуктов ресурсных баз регионов (природных, культурно-исторических, экономических, технологических и пр.), приводят к тому, что эта цифровизация должна охватывать не просто все виды туристских ресурсов ландшафтов планеты, но уже исходить из того, что туризм уже явно начинает превращаться, говоря словами В.И. Вернадского, в одну из мощнейших геологических сил на нашей планете. Но при этом до настоящего времени она ещё не находится под должным контролем и целенаправленным управлением со стороны современного общества, прежде всего с позиций туристской сферы как целостной сложной саморазвивающейся системы.

Убедительным подтверждением этому является то, что до настоящего времени системы управления развитием туризма в большинстве регионов мира пока ещё слабо регулируют не только воспроизводство востребованных турпотоками объёмов региональных турпродуктов, т.е. соотношение спроса и предложения в туристской сфере, но до настоящего времени фактически не мониторятся вовлекаемые в воспроизводство РТП туристские ресурсы регионов, т.е. на каждом цикле воспроизводственных процессов не определяются ни их реальные запасы, ни состояние их качественных параметров. В результате, в настоящее время всё более широкое распространение получает так называемый овертуризм, начавший за счёт значительных превышений допустимых рекреационных нагрузок на регионы, зримо разрушать и стирать с земли целые эко- и культурно-исторические системы различных регионов мира (Наумова, Савельев, 2019).

4. Всё это указывает на то, что движителями развития современных туристских пространств постепенно становятся туристские сферы различных регионов мира, динамика развития которых будет всё более зримо исходить от воспроизводства востребованных современными турпотоками РТП. При этом всё более очевидным становится нарастающая сложность туристских сфер как целостных саморазвивающихся систем, в которых целенаправленное участие человека посредством создаваемых систем управления развитием туризма в регионах будет приобретать всё более высокотехнологичный характер, способный обеспечивать как органическое их встраивание в процессы саморазвития туристских сфер, так и регулирование направления вектора их развития на решение таких крупных задач, как социально-экономическое и цивилизационное развитие современных государств.

Одним из основных способов решения такого рода задачи, как мы полагаем, станет платформенный подход и разрабатываемые на его основе туристские технологические платформы (Sharafutdinov, Onishchenko, 2019). В этих условиях в ближайшие годы актуализируется задача определения как образов параметров порядка туристских сфер, так



и проблематика создания адекватного математического инструментария, способного объективно описывать механизм их формирования и развития в увязке с созданием такого рода систем показателей конкурентоспособности РТП, которые повышая технологический уровень систем управления развития туризма в регионах, были бы способны адекватно встраивать целенаправленную деятельность человека в развитие туристских сфер как сложных саморазвивающихся систем.

5. Колоссальный ущерб, нанесённый туристской сфере COVID-19, поставил, прежде всего, перед её экономической основой – туристским сектором экономики целый ряд новых проблем. В их эпицентре оказались вопросы укрепления иммунитета, сохранения и развития человеческого потенциала, прежде всего, уже на новой технологической основе, способной значительно повысить эффективность систем управления освоением и развитием туристских пространств регионов страны и их превращения в оазисы оздоровления и развития человеческого и цивилизационного потенциала страны. Это говорит о том, что в недрах саморазвивающейся туристской сферы в ближайшие годы одним из ключевых параметров её развития может стать иммунитет человека. А значит и задача опережающего развития ядра отраслей и сфер, обеспечивающих воспроизводство человеческого потенциала – науки и образования, здравоохранения, культуры, которые играют ключевую роль в создании региональных турпродуктов. Это неизбежно окажет серьёзное влияние как на совершенствование всей системы показателей и оценки конкурентоспособности региональных туристских продуктов, так и освоение и развитие туристских пространств регионов нашей страны и мира.

### Литература

[Дерябина, 2019](#) – *Дерябина М.А.* Теоретические и методологические основания самоорганизации социально-экономических систем // *Вопросы экономики*. 2019. № 7. С. 73-94. DOI: 10.32609/0042-8736-2019-7-73-94

[Желаева, 2015](#) – *Желаева С.Э.* Методология исследования времени в процессе самоорганизации экономики. Дисс ... на соиск. уч. степ. д-ра экон. наук. Улан-Удэ, 2015. С. 193.

[Крым: новый вектор..., 2017](#) – Крым: новый вектор развития туризма в России: монография / В.Н. Шарафутдинов, И.М. Яковенко, Е.А. Позаченюк, Е.В. Онищенко; под ред. В.Н. Шарафутдинова. М.: ИНФРА-М, 2017. 364 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс; URL: <http://www.znaniyum.com>. DOI: [www.dx.doi.org/10.12737/24213](http://www.dx.doi.org/10.12737/24213)

[Методологические основы..., 2018](#) – Методологические основы оценки конкурентоспособности регионального турпродукта. Отчёт о НИР по теме: Проблемы совершенствования методик оценки конкурентоспособности регионального турпродукта / В.Н. Шарафутдинов, Е.В. Онищенко. Рег. № НИОКТР АААА-А17-117021310239-2. Рег. № ИКРБС АААА-Б18-218122790048-4. Сочи: СНИЦ РАН, 2018. 92 с.

[Наумова, Савельев, 2019](#) – *Наумова И.В., Савельев И.И.* Овертуризм: сущность и пути решения проблемы // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2019. Т. 13. №4. С. 27-35. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10403

[Онищенко и др., 2019](#) – *Онищенко Е.В., Шарафутдинов В.Н., Гордиенко С.В.* Обеспечение устойчивого воспроизводства и конкурентоспособности российских региональных туристских продуктов // *Российские регионы рекреационно-туристской специализации: состояние, проблемы, перспективы развития: Коллективная монография.* / СНИЦ РАН. Сочи: типография «Оптима», 2019. С. 109-167.

[Онищенко, Шарафутдинов, 2020](#) – *Онищенко Е.В., Шарафутдинов В.Н.* Механизм построения и функционирования технологических платформ с позиций синергетической теоретической парадигмы // *Естественно-гуманитарные исследования*. 2020. №30 (4). С. 132-141. DOI: 10.24411/2309-4788-2020-10405

[Основы Туризма, 2014](#) – Основы туризма: учебник / коллектив авторов; под ред. Е.Л. Писаревского. М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. С. 44-75. 384 с.

[Сорокин и др., 2017](#) – *Сорокин Д.Е., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В.* О проблемах стратегирования развития туризма в регионах России (на примере Краснодарского края и города-курорта Сочи) // *Экономика региона*. 2017. Т. 13. Вып. 3. С. 764-776. DOI: <https://doi.org/10.17059/2017-3-10>

[Топология, 2020](#) – Топология. [Электронный ресурс]. URL: <https://desktop.arcgis.com/ru/arcmap/10.3/manage-data/topologies/topology-basics.htm> (дата обращения: 27 08 2020)

[Хакен, 1991](#) – *Хакен Г.* Информация и самоорганизация: макроскопический подход к сложным системам: пер. с англ. М.: Мир, 1991. 240 с.

[Шарафутдинов, 2020](#) – *Шарафутдинов В.Н.* Туристская ресурсная база ландшафтов региона – ключевой параметр порядка туристской технологической платформы // *Ландшафтоведение и ландшафтная экология: коадаптация ландшафта и хозяйственной деятельности: материалы международной научно-практической конференции «Четвертые ландшафтно-экологические чтения, посвященные Г. Е. Гришанкову»*, Симферополь, 22–25 сентября 2020 г. / ред. Е.А. Позаченюк [и др.]. Симферополь: Крымский федеральный университет имени В. И. Вернадского, 2020. С. 60-65.

[Gawer, Cusumano, 2014](#) – *Gawer A., Cusumano M.A.* Industry Platforms and Ecosystem Innovation // *Journal of Product Innovation Management*. 2014. № 31(3). DOI: 10.1111/jpim.12105

[Sharafutdinov et al., 2020](#) – *Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V., Nakonechnyi A.I.* Tourism Technology Platforms as a Tool for Supporting Competitiveness of Regional Tourism Products // *Regional Research of Russia*. 2020. Vol. 10. № 1. Pp. 48-55. DOI: <https://doi.org/10.1134/S2079970520010104>

[Sharafutdinov, Onishchenko, 2019](#) – *Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V.* Problems of the Formation of Tourist Technological Platforms in Russia // *Sochi Journal of Economy*. 2019. 13(2): 191-203.

## References

[Deryabina, 2019](#) – *Deryabina M.A.* (2019). Teoreticheskie i metodologicheskie osnovaniya samoorganizacii social'no-ekonomicheskikh system [Theoretical and methodological foundations of self-organization of socio-economic systems]. *Voprosy ekonomiki*. 7: 73-94. DOI: 10.32609/0042-8736-2019-7-73-94 [in Russian]

[Gawer, Cusumano, 2014](#) – *Gawer A., Cusumano M.A.* (2014). Industry Platforms and Ecosystem Innovation. *Journal of Product Innovation Management*. 31(3). DOI: 10.1111/jpim.12105

[Haken, 1991](#) – *Haken G.* (1991). Informaciya i samoorganizaciya: makroskopicheskiy podhod k slozhnym sistemam [Information and self-organization: a macroscopic approach to complex systems]: per. s angl. M.: Mir. 240 p. [in Russian]

[Krym: novyj vektor..., 2017](#) – *Krym: novyj vektor razvitiya turizma v Rossii: monografiya* [Crimea: a new vector of tourism development in Russia: monograph]. V.N. Sharafutdinov, I.M. Yakovenko, E.A. Pozachenyuk, E.V. Onishchenko; pod red. V.N. Sharafutdinova. M.: INFRA-M, 2017. 364 s. + Dop. materialy. [Electronic resource]. URL: <http://www.znaniy.com>. (Nauchnaya mysl'). DOI: [www.dx.doi.org/10.12737/24213](http://www.dx.doi.org/10.12737/24213) [in Russian]

[Metodologicheskie osnovy..., 2018](#) – *Metodologicheskie osnovy ocenki konkurentosposobnosti regional'nogo turprodukta* [Methodological basis for assessing the competitiveness of regional tourism products]. (2018). Otchyot o NIR po teme: Problemy sovershenstvovaniya metodik ocenki konkurentosposobnosti regional'nogo turprodukta. Reg. № NIOKTR AAAA-A17-117021310239-2. Reg. № IKRBS AAAA-B18-218122790048-4. Sochi: Sochinskij nauchno-issledovatel'skiy centr RAN, 2018. 92 p. [in Russian]

[Naumova, Savel'ev, 2019](#) – *Naumova I.V., Savel'ev I.I.* (2019). Overturizm: sushchnost' i puti resheniya problem [Overtourism: essence and ways of solving problems]. *Sovremennye problemy servisa i turizma*. 13(4): 27-35. DOI: 10.24411/1995-0411-2019-10403 [in Russian]

[Onishchenko i dr., 2019](#) – *Onishchenko E.V., Sharafutdinov V.N., Gordienko S.V.* (2019). Obespechenie ustojchivogo vosproizvodstva i konkurentosposobnosti rossijskih regional'nyh turistskih produktov [Ensuring sustainable reproduction and competitiveness of Russian regional tourism products]. Rossijskie regiony rekreacionno-turistskoj specializacii: sostoyanie, problemy, perspektivy razvitiya: *Kollektivnaya monografiya*. SNIC RAN. Sochi: tipografiya «Optima». Pp. 109-167. [in Russian]

[Onishchenko, Sharafutdinov, 2020](#) – *Onishchenko E.V., Sharafutdinov V.N.* (2020). Mekhanizm postroeniya i funkcionirovaniya tekhnologicheskikh platform s pozicij sinergeticheskoy teoreticheskoy paradigmat [Mechanism of construction and functioning of technological platforms from the perspective of a synergetic theoretical paradigm]. *Estestvenno-gumanitarnye issledovaniya*. 30(4): 132-141. DOI: 10.24411/2309-4788-2020-10405 [in Russian]

[Osnovy Turizma, 2014](#) – *Osnovy turizma: uchebnik* [Basics of tourism: textbook]. Kollektiv avtorov; pod red. E.L. Pisarevskogo. M.: Federal'noe agentstvo po turizmu, 2014. Pp. 44-75. 384 p. [in Russian]

[Sharafutdinov et al., 2020](#) – *Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V., Nakonechnyi A.I.* (2020). Tourism Technology Platforms as a Tool for Supporting Competitiveness of Regional Tourism Products. *Regional Research of Russia*. 10(1): 48-55. DOI: <https://doi.org/10.1134/S2079970520010104>

[Sharafutdinov, 2020](#) – *Sharafutdinov V.N.* (2020). Turistskaya resursnaya baza landshaftov regiona – klyuchevoy parametr poryadka turistskoj tekhnologicheskoy platform [The tourist resource base of the region's landscapes is a key parameter of the order of the tourist technology platform]. *Landshaftovedenie i landshaftnaya ekologiya: koadaptaciya landshafta i hozyajstvennoj deyatel'nosti: materialy mezhdunarodnoj nauchno-prakticheskoy konferencii «Chetvertye landshaftno-ekologicheskie chteniya, posvyashchennye G.E. Grishankovu»*, Simferopol', 22–25 sentyabrya 2020 g. Red. E.A. Pozachenyuk [i dr.]. Simferopol': Krymskij federal'nyj universitet imeni V.I. Vernadskogo. Pp. 60-65. [in Russian]

[Sharafutdinov, Onishchenko, 2019](#) – *Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V.* (2019). Problems of the Formation of Tourist Technological Platforms in Russia. *Sochi Journal of Economy*. 13(2): 191-203. [in Russian]

[Sorokin i dr., 2017](#) – *Sorokin D.E., Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V.* (2017). O problemah strategirovaniya razvitiya turizma v regionah Rossii (na primere Krasnodarskogo kraja i goroda-kurorta Sochi) [On the problems of strategizing the development of tourism in the regions of Russia (on the example of the Krasnodar region and the resort city of Sochi)]. *Ekonomika regiona*. 13(3): 764-776. DOI: <https://doi.org/10.17059/2017-3-10> [in Russian]

[Topologiya, 2020](#) – Topologiya [Topology]. [Electronic resource]. URL: <https://desktop.arcgis.com/ru/arcmap/10.3/manage-data/topologies/topology-basics.htm> [in Russian]

[Zhelaeva, 2015](#) – *Zhelaeva S.E.* (2015). Metodologiya issledovaniya vremeni v processe samoorganizacii ekonomiki [Methodology of time research in the process of self-organization of the economy]. Diss ... na soisk. uch. step. d-ra ekon. nauk. Ulan-Ude. P. 193. [in Russian]

УДК 338.48

## Движители развития современных туристских пространств

Владимир Насибуллович Шарафутдинов <sup>a, b</sup>, Елена Васильевна Онищенко <sup>a, \*</sup>,  
Арсен Рафикович Симонян <sup>b</sup>

<sup>a</sup> Федеральный исследовательский центр «Субтропический научный центр Российской академии наук», Сочи, Российская Федерация

<sup>b</sup> Сочинский государственный университет, Российская Федерация

**Аннотация.** В статье обосновывается гипотеза о том, что движителем развития современных туристских пространств является устойчивое воспроизводство региональных высококонкурентных турпродуктов. При этом под туристскими пространствами авторы понимают такого рода координаты жизнедеятельности человека, в которых она обеспечивается в свободных пространственно-временных условиях пространственной структуры регионов, охватывающей природные, территориальные, экономические, культурно-исторические и прочие их образования. То есть речь идёт о таких пространственно-временных координатах регионов, в которых происходит взаимодействие интересов туристов и местного населения по вопросам урегулирования спроса со стороны турпотоков и предложения со стороны туристского сектора экономики в пространстве регионов. При этом авторы обосновывают идею о том, что на современном этапе туристская сфера сформировалась в самостоятельную целостную открытую систему, которая с синергетических позиций уже обладает свойствами саморазвития. Ключевую роль в образовании этих свойств играют известные в теории самоорганизации систем параметры порядка самоорганизации туристской сферы. В свою очередь их осмысление раскрывает возможности совершенствования действующей в настоящее время системы управления

\* Корреспондирующий автор

Адреса электронной почты: [398993@gmail.com](mailto:398993@gmail.com) (В.Н. Шарафутдинов), [elon@list.ru](mailto:elon@list.ru) (Е.В. Онищенко), [orpm@mail.ru](mailto:orpm@mail.ru) (А.Р. Симонян)

развитием туристского сектора экономики регионов, доступные только в условиях использования новейших информационных технологий и цифровизации отраслей, вовлекаемых в обслуживание туристов. В частности, речь идёт о формировании туристских технологических платформ, систем показателей конкурентоспособности региональных турпродуктов и др. Тем самым обеспечивая реальные перспективы трансформирования туристского сектора экономики регионов в драйвер социально-экономического развития России и определения ключевых направлений его технологических прорывов.

**Ключевые слова:** туризм, туристское пространство, туристская сфера, параметры порядка, туристский сектор экономики, показатели конкурентоспособности региональных турпродуктов, система управления развитием туризма, туристская технологическая платформа.