

Научная статья

УДК 338.48

JEL: R12, Z30, Z32

<https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.2.262-276>

Факторы географической концентрации туристической индустрии: опыт Северо-Восточного Кавказа

Ситкевич Даниил Андреевич¹, Коротков Андрей Сергеевич²

¹ Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации; Москва, Россия

² Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова; Москва, Россия

¹ dasitkevich@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6498-1747>

² korotkov.andrey@geogr.msu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5592-808X>

Аннотация

Цель статьи – исследование факторов, влияющих на географическую концентрацию предприятий индустрии гостеприимства в республиках Северо-Восточного Кавказа (Ингушетии, Чечне и Дагестане), то есть в регионах, которые многие годы были объектом активной кластерной политики в сфере туризма, где за последние три года произошел значительный прирост числа отдыхающих.

Методы. Исследование основано на гибридной методологии: используются картографические данные о распространении объектов размещения и коллективного питания на Северо-Восточном Кавказе, а также результаты 29-ти полуструктурированных глубинных интервью с представителями индустрии гостеприимства Дагестана.

Результаты работы. Случившийся после 2020 г. туристический бум на Северном Кавказе происходит вне созданных особых экономических зон. Туристические предприятия концентрируются в тех муниципалитетах, где кластерная политика государством не проводилась. Кроме обилия базовых туристических ресурсов (море, горы, природные и культурные достопримечательности), формирование индустрии гостеприимства именно в этих местах оказалось связано с их транспортной доступностью, агломерационным эффектом, желанием предпринимателей возить туристов в родные села, различиями в предпринимательской культуре между жителями разных муниципалитетов, а также сложившимися предпочтениями самих туристов. Исследование показало, что, при соответствующих природных условиях для создания горнолыжных и пляжных курортов, усилий федеральных властей по созданию туристических кластеров оказалось недостаточно. Относительно успешные примеры в регионе связаны либо с исторически сложившимся туристическим центром, либо с предпринятыми региональными властями дополнительными усилиями.

Выводы. Недостаточно активная инфраструктурная политика в регионах тормозит развитие туризма не только внутри особых экономических зон, но и за их пределами. Переход от создания новых крупных курортов к поддержке уже существующего бизнеса мог бы дать куда большую отдачу при развитии туристического сектора и модернизации экономики Северного Кавказа.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства, географическая концентрация, агломерационный эффект, туристический поток, горнолыжные курорты, Северный Кавказ, кластерная политика

Благодарность. Статья отражает результаты исследований, выполненных в рамках НИР государственного задания РАНХиГС.

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Для цитирования: Ситкевич Д. А., Коротков А. С. Факторы географической концентрации туристической индустрии: опыт Северо-Восточного Кавказа // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2023. Т. 14. № 2. С. 262–276

EDN: <https://elibrary.ru/iwrbpg>. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.2.262-276>

© Ситкевич Д. А., Коротков А. С., 2023



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
The content is available under Creative Commons Attribution 4.0 License.

Original article

Factors of geographical concentration in the tourism industry: evidence from Northeast Caucasus

Daniil A. Sitkevich¹, Andrei S. Korotkov²

¹ Russian Presidential Academy of National Economy and Public Administration (RANEPA); Moscow, Russia

² Lomonosov Moscow State University; Moscow, Russia

¹ dasitkevich@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0002-6498-1747>

² korotkov.andrey@geogr.msu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-5592-808X>

Abstract

Purpose: is to study the factors influencing the geographical concentration of hospitality industry enterprises in the republics of the Northeast Caucasus (Ingushetia, Chechnya and Dagestan) – regions that have been the object of an active tourism cluster policy for many years, and which have seen a significant increase in the number of vacationers over the past three years.

Methods: the study is based on a hybrid methodology. It uses cartographic data on the prevalence of resolution and collective dining facilities in the Northeastern Caucasus, as well as the results of 29 semi-structured in-depth interviews with representatives of the hospitality industry in Dagestan.

Results: the tourist boom that occurred after 2020 in the North Caucasus is not taking place in the special economic zones that have been created. Tourist enterprises are concentrated in those municipalities where the state has not pursued a cluster policy. In addition to the abundance of basic tourist resources (sea, mountains, natural and cultural attractions), the formation of the hospitality industry in these locations has been associated with their transport accessibility, agglomeration effect, the desire of entrepreneurs to take tourists to their native villages, differences in business culture between residents of different municipalities, and the established preferences of tourists themselves. The study also showed that, despite the suitable natural conditions for the creation of ski and beach resorts, the efforts of federal authorities to create tourist clusters were insufficient. The relatively successful cases in the region are associated either with the historically established tourist center, or with the additional efforts of regional authorities.

Conclusions and Relevance: insufficient infrastructure policy in the regions hinders the development of tourism not only within special economic zones, but also outside them. Reorientation from the creation of new large resorts to support existing businesses could give a much greater impact on the development of the tourism sector and the modernization of the North Caucasus economy.

Keywords: hospitality industry, geographical concentration, agglomeration effect, tourist flow, ski resorts, North Caucasus, cluster policy

Acknowledgments. The article reflects the results of research carried out as part of the research work of the state task of the RANEPA.

Conflict of Interest. The authors declare that there is no Conflict of Interest.

For citation: Sitkevich D. A., Korotkov A. S. Factors of geographical concentration in the tourism industry: evidence from Northeast Caucasus. *MIR (Modernizatsiia. Innovatsii. Razvitie) = MIR (Modernization. Innovation. Research)*. 2023; 14(2):262–276. (In Russ.)

EDN: <https://elibrary.ru/iwrbpg>. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.2.262-276>

© Sitkevich D. A., Korotkov A. S., 2023

Введение

В последние годы туристическая индустрия стала рассматриваться во многих регионах как потенциальный драйвер развития, в том числе и на Северном Кавказе, перед которым все еще стоит задача экономической модернизации¹. Так, в Стратегии развития Северо-Кавказского феде-

рального округа (СКФО) от 2010 г.² туристическая отрасль рассматривается как одно из наиболее перспективных направлений развития экономики региона. Одним из инструментов, присутствующих в Стратегии развития, является создание «туристических кластеров» – зон, в которых, по мнению государства, наиболее вероятно развитие горно-

¹ Батов Г.Х., Кандрокова М.М. Модернизация экономики макрорегиона: проблемы и решения (на примере Северо-Кавказского федерального округа) // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2023. Т. 14. № 1. С. 27–42. EDN: <https://elibrary.ru/vsrzfo>. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.1.27-42>

² Распоряжение Правительства России от 6 сентября 2010 года № 1485-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года» // Консультант Плюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105643/517741733b081df06def6b33102ee7434eda031c/ (дата обращения: 15.04.2023)

лыжного или пляжного отдыха. Однако, даже несмотря на рост уровня безопасности на Северном Кавказе и активные инвестиции в создание туристической инфраструктуры, до 2020 г. национальные республики СКФО нельзя было назвать популярным направлением отдыха³.

Однако многое изменилось с закрытием для российских туристов иностранных курортов и достопримечательностей в связи с санитарными ограничениями 2020–2021 гг. и событиями 2022 г. Сложности с выездным туризмом (объемы которого, согласно данным Росстата, с 2019 г. сократились вдвое) привели к росту индустрии гостеприимства внутри России. По данным Ассоциации туроператоров России (АТОР)⁴, в 2022 г. во всех регионах-лидерах по величине туристического потока (кроме тех, которые были затронуты закрытиями аэропортов) наблюдался существенный приток количества отдыхающих. Особенно рост затронул Дагестан: согласно данным АТОР, именно в этом регионе в 2022 г. наблюдался наиболее резкий прирост количества отдыхающих – практически в два раза (до 2 млн человек). Значительный рост количества туристов на всем Северном Кавказе отмечался и представителями Ростуризма⁵. Но возникает вопрос, насколько этот прирост связан с кластерной политикой, проводимой государством. Для ответа на него стоит понять, насколько территории, где особо активно формируется туристическая отрасль, совпадают с созданными федеральным центром особыми экономическими зонами, или наблюдаемая в регионе концентрация бизнеса связана с иными причинами.

Проведенное в рамках работы исследование показало, что расположение туристической инфраструктуры (являющейся признаком того, что место популярно среди туристов) в Северо-Восточном Кавказе, где до туристического бума 2020 г. отдыхающих было крайне мало, слабо связано с тем, определило ли государство данную территорию как кластер или нет. Хотя в некоторых особых экономических зонах (ОЭЗ), созданных корпорацией «Курорты Северного Кавказа», присутствует туристический бизнес, это связано либо с уже имеющимися на момент создания кластеров гостиницами, либо с активной поддержкой проектов внутри ОЭЗ со стороны региональных властей. При этом для Дагестана характерна отчетливая географи-

ческая концентрация туристического бизнеса. Но связана она не с политикой государства, а с наличием достопримечательностей, транспортной инфраструктуры, предпринимательской культурой и уже сложившимися предпочтениями туристов.

Обзор литературы и исследований

Вопрос о том, с чем связана популярность тех или иных туристических локаций, достаточно широко обсуждается в научной литературе. Имеющиеся исследования показывают, что развитие курортов связано как с наличием спроса, так и с готовностью предпринимателей создать достаточное предложение. Что касается спроса, то, как указывает В. Чо [1], в большинстве моделей такого рода в качестве факторов указываются доходы граждан, стоимость отдыха на самом курорте и на его конкурентах, расходы на трансфер до места отдыха, а также величина потерь при обмене валюты. Однако, кроме экономических, существуют и значимые неэкономические факторы. К ним Чо относит транспортную доступность места отдыха, качество природных условий (наличие моря или гор, экологическое состояние территории), уровень благополучия страны, наличие культурного наследия. Наблюдения подтверждаются и эмпирическими исследованиями: улучшение связанности страны [2], качество жизни ее граждан [3] и работа с культурным капиталом (прорабатывание бренда [4] и нематериального наследия территории [5]) приводят к росту объема туристического потока.

Иначе подходят к изучению конкурентоспособности туристического сектора М. Энрайт и Дж. Ньютон [6]. Признавая важность транспортной доступности места путешествия и стоимости отдыха, авторы статьи отмечают, что наиболее значимую роль играет качество туристического предложения. Оно складывается из природных и культурных достопримечательностей, климата, происходящих на территории мероприятий и того, как эти факторы превращены в полноценный туристический продукт. Более того, компонентами предлагаемого на рынке продукта являются также общие характеристики города или региона – его жизненная (городская) среда, безопасность, наличие пространств для досуга и шоппинга, национальная культура жителей города / региона.

³ Стародубровская И., Казенин К., Ситкевич Д. Северный Кавказ: выбор стратегических ориентиров // Экономическая политика. 2021. № 3. С. 112–137. EDN: <https://elibrary.ru/wrynlo>. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2021-3-112-137>

⁴ АТОР подвела предварительные итоги туристического 2022 года // Ассоциация туроператоров России. URL: <https://www.atorus.ru/node/50839> (дата обращения: 15.04.2023)

⁵ Ростуризм: турпоток на Северный Кавказ в 2022 году вырастет на 50% к 2019 году // Интерфакс, 29 марта 2022. URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/86431/> (дата обращения: 15.04.2023)

Схожие идеи, но несколько в ином контексте, высказывают В. Навичкас и А. Малакаукайте [7]. Согласно их исследованию, туристическая конкурентоспособность направления зависит не только от состояния «базовых туристических ресурсов» (природные и культурные объекты, пляжи, парки, горнолыжные склоны, фестивали и ярмарки), но и от качества дополнительных туристических ресурсов (гостиницы и рестораны, которые позволяют путешественникам пользоваться базовыми туристическими ресурсами), а также от того, насколько распространены среди местных туристических фирм наилучшие практики управления туристическими ресурсами. Зависимость спроса на туристические услуги от качества предложения отмечается и другими эмпирическими исследованиями: прирост дополнительных туристических ресурсов в виде гостиниц в Юго-Восточной Европе привел к росту спроса на туристические услуги [8], тогда как недостаток ресторанов и мест размещения воспрепятствовал реализации программ развития сельского туризма в отдельных регионах Англии [9].

На туризм влияют не только экономические, социальные или политические факторы, но и физико-географические особенности территории. Так, важную роль играет сочетание рельефа и климата: горный ли он или равнинный. Например, альпинотипные горы (Альпы, Кавказские) имеют большую привлекательность в силу внешнего вида (крутые склоны, вершины-пики и др.); рельеф и его свойства определяют возможность строительства тех или иных капитальных сооружений, коммуникаций [10].

Климат территории также оказывает влияние на привлекательность местности среди туристов. Чаще всего для отдыха выбирают климат, отличный от места постоянного проживания или более теплый [11, 12]. Наличие теплого моря с оборудованным берегом способствует расширению видов предлагаемого отдыха среди разных категорий потребителей [13]. При этом далеко не всегда природа способствует развитию индустрии гостеприимства: риски опасных явлений (сели, наводнения, лавины, оползни) создают необходимость строительства защитных сооружений, что приводит к удорожанию строительства и эксплуатации действующих объектов.

Еще один фактор, влияющий на развитие туризма – особенности регулирования природопользования. Наличие природных резерватов, в особенности, заповедников, накладывает ограничение на использование территории даже при благоприятных для развития туристической инфраструктуры физико-географических условий [14].

Значительное количество статей посвящено тому, как на развитие туризма влияет агломерацион-

ный эффект. З. Ли и Х. Лью [15] демонстрируют на китайских данных, как туристический бизнес склонен возникать там, где уже есть другие фирмы индустрии гостеприимства, что связано как с тем, что на этих территориях уже есть клиенты, готовые предъявить спрос, так и с тем, что нахождение среди других фирм упрощает встраивание в цепочку создания туристического продукта. Согласно расчетам Ли и Лью, по мере развития отрасли характерна все большая концентрация ее на определенных территориях. Агломерационный эффект же приводит к росту производительности бизнеса.

Концентрация туристического бизнеса на одной и той же территории приводит также к образованию туристических кластеров, в рамках которых фирмы взаимодействуют друг с другом при производстве туристического продукта. Следует упомянуть, что в литературе выделяют два типа кластеров: самообразовавшиеся (спонтанные) и спланированные государством [16].

К первому типу можно отнести «старые» курорты, много лет пользующиеся большим спросом среди туристов – например, испанскую Андалусию, где бизнес появился самостоятельно, однако сейчас, совместно с муниципалитетами, он кооперируется для управления курортами [17].

Второй тип, близкий к тому, что реализуется на Северном Кавказе – достаточно распространенный инструмент экономической политики для стимулирования роста туристического потока [18]. Роль государства в функционировании кластера заключается преимущественно в координации происходящих на новом курорте процессов, а также в согласовании бизнес-проектов с другими государственными органами и финансировании создаваемых на территории общественных благ [19, 20]. Конкурентоспособность и скорость развития будет определяться смежными и сопутствующими отраслями, условиями спроса (турпоток) и общей бизнес-стратегией, выбранной государством.

При очевидных выгодах для туристического сектора от создания инфраструктуры [2], поддержки коллективных действий бизнеса [19] и налаживания коммуникации между разными участниками [21], кластерная политика обладает и недостатками. Так, поддержка туристических кластеров государством может привести к «эффекту вытеснения» – объем частных инвестиций снизится, а развиваться будут преимущественно те курорты, которые получили помощь от государства (порой, за счет частных курортов) [22]. Кроме того, четкие и легко интерпретируемые индикаторы развития туризма редко доступны для руководства и местных менеджеров, что затрудняет принятие правильных решений властями [17].

Таким образом, обзор литературы показывает, что развитие новых туристических направлений связано с целым рядом факторов, одним из которых является агломерационный эффект. Он может «воспроизводиться» государственной политикой по созданию кластеров, однако далеко не всегда такая политика оказывается эффективной. Отдаче, в том числе, от подобного рода мер на Северном Кавказе, посвящено представленное исследование.

Материалы и методы

Из-за особенностей туристической отрасли кластеры в национальных республиках Северного Кавказа не всегда можно выделить количественными методами, но они прослеживаются на качественном уровне: часто на уровне полевых наблюдений, интервью или в случае, если они обозначены в единой Стратегии по развитию территории, предусматривающей создание спланированного «кластера». Этим объясняется выбранная нами методология исследования.

Для оценки факторов, влияющих на территориальную концентрацию предприятий туристического сектора, нами было проведено исследование на материалах из 3-х регионов СКФО – Республики Дагестан, Республики Ингушетии и Чеченской Республики. Выбор этих регионов связан с двумя причинами. Во-первых, именно на Северном Кавказе уже более 10 лет (с начала 2010-х гг.) проводится политика по созданию и поддержке туристических кластеров [23]. Во-вторых, в отличие от республик Северо-Западного Кавказа (Кабардино-Балкарская Республика, Карачаево-Черкесская Республика, Республика Северная Осетия – Алания), туризм во всех выбранных республиках из-за вооруженных конфликтов 1990-х гг. долгое время практически отсутствовал [24]. Объяснить этим территориальную концентрацию туристической индустрии инвестициями советского периода в создание инфраструктуры и санаториев нельзя. Особый интерес среди исследуемых регионов для нас представляет Дагестан, в котором в последние 3 года фиксируется существенный прирост туристического потока.

Наше исследование основано на гибридной методологии. Используются данные о распределении объектов размещения и общественного питания в республиках Северо-Восточного Кавказа. Хотя гостиницы и рестораны могут использоваться не только туристами, но и местными жителями, в имеющихся статьях на тему развития индустрии гостеприимства плотность предприятий коллективного размещения и общественного питания связывается с развитостью туристической отрасли [25]. Более того, как отмечают представители туристической индустрии в исследуемых регионах, кафе и гостевые дома вне крупных городов работают

преимущественно для туристов, тогда как сельские жители их услугами пользуются крайне редко.

Содержание представленных в работе карт – предприятия гостиничного сектора и сектора общественного питания, а также территории ОЭЗ, создаваемые в Дагестане, Ингушетии и Чечне. Карты составляются в среде геоинформационной системы QGIS. В качестве источника данных о гостиницах и заведениях общественного питания используется портал OpenStreetMap (OSM). Хотя данные OSM, особенно по Северному Кавказу, не могут претендовать на полноту из-за широкого распространения теневого предпринимательства, недостаток объектов в абсолютном значении не означает невозможности сравнения территорий в относительных величинах.

Данные отбираются через модуль QuickOSM в QGIS посредством запросов к серверу OSM по ключевым словам. Для запросов по предприятиям гостиничного сектора используется класс «tourism» и соответствующие подклассы; по предприятиям общественного питания используется класс «amenity» и соответствующие подклассы. Всего с сервиса OSM было получено и нанесено на карты 473 гостиницы и 1393 заведения общественного питания. В качестве географической основы карт используются данные об административно-территориальном делении исследуемых республик, сети основных автомобильных дорог, основных населенных пунктах, рельефе, а также границах территорий, создаваемых государством туристических кластеров.

Также нами используются результаты полевого исследования, проведенного осенью 2022 г. и весной 2023 г. в Дагестане и Ингушетии. Было проведено 29 полуструктурированных глубинных интервью с представителями туристической отрасли регионов, отобранных в результате выборки методом снежного кома. Преимущественно интервью проводились с организаторами туров по регионам (11 информантов), однако в ходе исследования были опрошены и владельцы гостиниц и ресторанов. Вопросы интервью затрагивали маршруты, по которым они возят отдыхающих, а также историю наиболее популярных среди туристов мест в Дагестане.

Результаты исследования

Основанные на данных OSM карты распределения гостиниц и ресторанов в Дагестане, Ингушетии и Чечне представлены на рис. 1 и рис. 2.

На рис. 1 видно, что гостиницы имеют закономерную повышенную плотность в столицах республик (Махачкала, Грозный) и в Дербенте – крупнейшем туристическом центре на берегу Каспийского моря. Небольшой по людности и построенный не-



Составлено авторами

Рис. 1. Распределение гостиниц на Северо-Восточном Кавказе

Developed by the authors

Fig. 1. Distribution of hotels in the Northeast Caucasus

давно Магас не может сравниться по обеспеченности гостиницами с другими городами региона. Для Дагестана характерно повышение плотности гостиниц как по берегу моря (преимущественно в районе Махачкалинской агломерации, Дербента и города Избербаша), так и в предгорьях (исторические села Гуниб и Чох), а также вблизи Сулакского каньона (Гергебельский, Гунибский и Хунзахский районы).

Распределение заведений общественного питания (см. рис. 2) отчасти схоже с распределением гостиниц. Наибольшая плотность заведений – по берегу Каспийского моря и в городах (Грозный, Махачкала, Дербент, Хасавюрт, Кизляр, Бабаюрт, Кизилюрт). Популярны среди туристов места (например, Чиркейское и Ирганайское водохранилища, Сулакский каньон, крупные национальные села) также лучше обеспечены заведениями общественного питания.

Схожие места в качестве наиболее популярных туристических локаций в Дагестане называют и опрошенные информанты – представители туристической отрасли региона. По их словам, за 2,5 года в республике сложились центры притяжения, где наблюдается повышенный (по сравнению с другими районами Дагестана) туристический поток.

Можно выделить следующие основные направления внутри Дагестана.

1. Сулакский каньон. Самый глубокий каньон Европы, расположенный в окрестностях Буйнакска, считается одной из «визитных карточек» Дагестана, и для большинства туристических компаний его посещение является обязательным пунктом программы даже в самых непродолжительных (3 дня / 2 ночи) экскурсионных турах. В первую очередь, каньон привлекал туристов как природная достопримечательность, однако в 2022 г. вокруг него появляются новые центры притяжения туристов. Среди них выделяются водохранилища, образованных на реке Сулак (Чиркейское и Ирганайское), на берегу которых строятся базы отдыха и коттеджи. По оценкам одного из информантов, поток туристов в прибрежное село Ирганай за 2022 г. вырос в 4 раза по сравнению с прошлым годом, благодаря появившимся в селе катерным базам.
2. Аварские горные села. Еще один обязательный пункт программы для большинства туроператоров региона – горные села, расположенные в Хунзахском (Хунзах), Гунибском (Гуниб, Чох, Карадах, Сотла) и Шамильском (Гоор) районах республики недалеко от Сулакского каньона. Поездки в эти села сочетают в себе посещение природных достопримечательностей (водопадов, ущелий, обзорных точек) с погружением в

аварскую культуру. Отдельно выделяется заброшенное село Гамсутль Гунибского района, руины которого с самого начала туристического бума в Дагестане пользуются большим туристическим спросом. Однако в 2022 г. многие туроператоры региона, несмотря на имеющиеся запросы со стороны отдыхающих, перестали посещать село. Связано это с угрозой его сохранности. Так, осенью 2022 г. в селе обрушилась древняя арка на въезде в аул. Село во многом потеряло свою аутентичность как заброшенное и безлюдное место, из-за чего туроператоры выбирают менее известные, но и менее загруженные туристами локации.

3. Дербент. Древнейший город России еще до пандемии COVID-19 привлекал туристов, однако туристический бум во всем Дагестане привел к значительному росту посетителей Дербента. По оценкам представителей городских властей, полученных в ходе полевого исследования, с 2019 г. количество гостей города выросло в 10 раз. Рост продолжался и далее: если за 2021 г. объем туристического потока оценивался местными властями в 200 тыс. человек, то к концу 2022 г. – до полумиллиона гостей. Обилие туристов в 2022 году фиксируют и жители города, столкнувшиеся на пике сезона с сильными пробками на въезде и выезде из Дербента, а также работающие в городе гиды, отмечающие повышенный спрос на свои услуги. Некоторые туроператоры на пике сезона планировали отменять экскурсии в Дербент из-за чрезмерной загруженности города.

Стоит отметить, что с началом туристического бума в Дербенте изменилась стандартная экскурсионная программа. Ранее, согласно опросам гидов, работающих в городе уже много лет, большинство экскурсионных групп заезжало в город для осмотра входящей в список всемирного наследия ЮНЕСКО крепости Нарын-кала, после посещения которой обедали местных ресторанах и уезжали. Однако сейчас туристы в основном приезжают в Дербент минимум на день, обычно либо в самом начале, либо в самом конце тура (так как город расположен далеко от других популярных локаций в Дагестане). Кроме крепости, гости города проявляют интерес к поездкам к морю, находящимся вдоль берега экранопланам, а также к экскурсиям по магалам – древним кварталам города. Как утверждают местные жители, до пандемии в магалах практически нельзя было встретить туристов, однако сейчас там уже открываются лавки с сувенирной продукцией и проводится комплексное благоустройство домов, улиц и мечетей.

4. Махачкалинская агломерация. Другое распространённое место начала или окончания тура по Дагестану – Махачкалинская агломерация,



Составлено авторами

Рис. 2. Распределение предприятий общественного питания на Северо-Восточном Кавказе

Developed by the authors

Fig. 2. Distribution of catering establishments in the Northeast Caucasus

включающая в себя Махачкалу и Каспийск. По признанию опрошенных организаторов, города включены в туры по причине близости к аэропорту и наличию гостиниц с хорошим (по сравнению с гостевыми домами в горах) сервисом. Несмотря на отсутствие в агломерации исторических достопримечательностей, отдельные туроператоры и экскурсоводы предлагают нишевые продукты, посвященные именно Махачкале: кроме стандартных прогулок по городу, это, например, экскурсии по «неформальной» Махачкале, по современным ремесленным цехам города или по махачкалинскому «самострою».

Что касается двух других регионов Северо-Восточного Кавказа, то, по оценкам опрошенных информантов, экскурсионный туризм, аналогичный дагестанскому, в Чечне и Ингушетии еще слабо развит. Существующие в регионах туристические продукты обычно подразумевают однодневные экскурсии с выездом из Махачкалы или Владикавказа; местная туристическая индустрия пока не настолько развита, как дагестанская. Экскурсии по региону обычно однодневные, что связано с небольшим количеством достопримечательностей и в целом маленькой площадью республик. Хотя эти утверждения мы знаем со слов только предпринимателей из Дагестана, имеющиеся картографические материалы также показывают низкую распространенность мест размещения вне чеченских и ингушских городов, а также более низкую концентрацию заведений индустрии гостеприимства в Назрани, Магасе и Грозном по сравнению с Махачкалой, Каспийском и Дербентом.

Характерно, что представленный выше перечень основных туристических локаций совпадает с высокой концентрацией гостиниц и ресторанов на картах Дагестана. И если в случае Махачкалинской агломерации это связано со статусом транспортно-узла, а Дербент исторически является местом притяжения туристов, то появление мест размещения и коллективного питания в 4-х горных аварских районах недалеко от реки Сулак связано с тем, что на этих территориях возник активный туристический спрос. Это подтверждают и владельцы гостевых домов: до 2020 г., когда начался туристический бум, мест размещения отдыхающих в селах было мало.

Но почему концентрация туристического бизнеса сложилась именно в аварских селах? Нельзя сказать, что это связано с тем, что данные районы были особенно готовы к притоку отдыхающих

– наблюдаемый в туристических центрах Дагестана острый дефицит рабочей силы показывает, что они изначально не были предрасположены к росту туристического потока. Не были эти территории и объектом особой государственной политики по развитию туризма – ни «Кавказ.РФ», ни региональные власти не совершали вложений в развитие индустрии гостеприимства. Хотя данные территории обладают достаточным количеством достопримечательностей, нельзя сказать, что они принципиально отличаются от остальных горных поселений Дагестана. Более того, некоторые организаторы туров отмечали, что у сел южного Дагестана (в особенности, Табасаранского и Ахтынского района) туристический потенциал даже выше, чем у Хунзаха и Гуниба – как из-за многочисленных архитектурных памятников и уникальной застройки сел, так из-за наличия сохранившихся ремесленных центров, а также из-за более высоких гор и живописных ландшафтов. Тем не менее, этот потенциал не реализован – из 10-ти изученных фирм, занимающихся организацией туров, лишь у 2-х есть продукты, включающие поездки в Южный Дагестан (кроме Дербента), причем у одной из них регион является лишь местом трекин-маршрутов⁶, не требующих наличия гостиниц, ресторанов и постоянного организованного трансфера. Одна из фирм, руководитель которой в конце 2021 г. планировала создание новых маршрутов именно в Южном Дагестане, впоследствии столкнулась со сложностями и отказалась от этого проекта. Участники туриндустрии объяснили описанные выше различия между местами, где концентрируется и не концентрируется туристический бизнес следующими причинами:

- Расходы на транспорт. Южный Дагестан является наиболее удаленной от аэропорта частью республики – путь в одну сторону может занять 5–6 часов по не лучшей дороге. Аварские горные села, в свою очередь, расположены в 3-х часах езды от Махачкалы по асфальтированной трассе. Благодаря этому, туристическую программу можно сделать более насыщенной, поездку в эти села можно организовать как экскурсию одного дня с последующим возвращением в гостиницу Махачкалы или Каспийска. По схожим логистическим причинам центром «туристического кластера» в аварских горах стал Хунзах. Хотя это не самое колоритное село в регионе, вокруг него в радиусе 30-ти минут езды расположено большое количество достопримечательностей и возможностей для досуга, из-за чего турфирмам удобно селить своих клиентов именно там.

⁶Прим. Авторов: Трекинг – разновидность спортивного туризма, заключающаяся в пеших прогулках по пересеченной местности без использования специального оборудования.

- **Агломерационный эффект.** Туристические компании не предлагают отдыхающим туры в Южный Дагестан из-за того, что там не хватает туристической инфраструктуры, в первую очередь, гостевых домов и ресторанов. Таким образом, возникает агломерационный эффект – в аварских горных селах гораздо больше мест размещения и коллективного питания, благодаря чему организовывать туристический маршрут там легче, из-за чего там выше спрос на туристическую инфраструктуру, и потому там появляются новые гостиницы и рестораны.

- **Фактор «своего села».** По словам одного из информантов, фактором того, что туристы едут именно в аварские горные села, является происхождение основателей первых фирм в отрасли. Еще до начала туристического бума уроженцы Хунзаха и Гуниба открывали туристические фирмы и гостевые дома, рассчитанные на привлечение гостей из других регионов. Впоследствии, когда на туры по всему Дагестану появился спрос, им, за счет своих социальных связей, было удобно привозить туристов в свои родные села. Частично подтверждает эти слова тот факт, что одна из фирм-лидеров в регионе по объему туристического потока действительно основана уроженцами села Гуниб, а также то, что немногочисленные туристические компании, делающие туры по Южному Дагестану, зачастую основаны его уроженцами.

Предпочтения туристов. Еще одним объяснением этой ситуации является то, что туристы хотят посетить уже известные им по опыту своих друзей или по публикациям в интернете туристические места, преимущественно расположенные в аварских селах. Хотя на рынке существует сегмент покупателей, которые хотят посетить места, где туристов, наоборот, нет – такого рода клиенты являются скорее исключением; большинство хочет потреблять уже знакомый им туристический продукт.

- **Предпринимательская культура.** По мнению информантов, слабое развитие туризма в Южном Дагестане связано со специфичной предпринимательской культурой жителей. По сравнению с уроженцами Хунзаха и Гуниба, у которых в регионе репутация активных людей (подтверждающаяся тем, что местные предприниматели, не имея специального образования, смогли «с нуля» научиться создавать качественный и востребованный туристический продукт), жители Южного Дагестана в глазах организаторов туров представляются неспешными, непунктуаль-

ными и непредсказуемыми. С ними сложно взаимодействовать: не всегда можно предугадать, когда приедет машина для трансфера или когда состоится экскурсия.

Учитывая, что эти предположения не противоречат друг другу, можно сказать, что различия в спросе на поездки в конкретные районы Дагестана связаны с целым комплексом причин: и с особенностями бизнес-среды, и с той инфраструктурой, которая есть в районах, и с предпочтениями самих туристов.

Важно отметить, что не во всех ОЭЗ, получающих поддержку от государства, удалось добиться формирования туристической индустрии. Анализируя с помощью составленных карт туристические ОЭЗ, можно заметить, что, с точки зрения природного местоположения, они находятся в весьма удобных местах: горные долины с перепадом высот на большом протяжении. Это создает предпосылки для развития горнолыжного туризма и размещения всей необходимой для этого инфраструктуры – согласно имеющимся стандартам горнолыжных комплексов⁷, именно в таких условиях оптимально создание курорта.

Однако, несмотря на это, сколько-нибудь заметная деятельность в гостиничном секторе заметна лишь в зонах «Армхи» и «Ведучи». При этом Армхи существовал как место санаторного отдыха до начала кластерной политики с конца 1990-х гг. После создания ОЭЗ, в 2013 г. курортом заинтересовался частный инвестор – ингушский предприниматель из тейпа, родовой землей которого является поселок Армхи. Инвестор построил новые корпуса гостиницы, а за счет государственной корпорации «Курорты Северного Кавказа» в поселке была возведена канатная дорога и проложена горнолыжная трасса. Несмотря на наличие условий для катания, на сегодняшний момент туристическое предложение курорта преимущественно связано с летним отдыхом, а также с размещением спортсменов, использующих инфраструктуру Армхи (например, высокогорный бассейн) для проведения тренировочных сборов. Низкая вместимость местных гостиниц (160 мест размещения во всех гостиницах и гостевых домах), а также низкая транспортная доступность курорта (до него не ходит общественный транспорт, а сама дорога требует ремонта) приводит к тому, что построенная КСК инфраструктура не пользуется большим спросом. Более того, развитие курорта сдерживает нежелание местных жителей продавать свою землю внешним игрокам – хотя за последние годы

⁷ ГОСТ Р 55881-2016. Национальный стандарт Российской Федерации. Туристские услуги. Общие требования к деятельности горнолыжных комплексов. // Консультант Плюс. URL: <http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=OTN&n=13294#8Xg9VbThvSQKzOr4> (дата обращения: 15.04.2023)

там появилось несколько новых гостевых домов, строительство крупных гостиниц под силу лишь якорному инвестору, который на текущий момент не собирается увеличивать вместимость курорта в несколько раз. При этом тот факт, что местные жители стараются сами создать места размещения отдыхающих, можно объяснить возникшим агломерационным эффектом: предприниматели скорее будут открывать свой бизнес там, где уже есть определенная инфраструктура, а у курорта есть репутация среди отдыхающих.

Что касается курорта Ведучи, то его создание связано с активной административной поддержкой на региональном уровне – на момент создания ОЭЗ там уже велось строительство⁸. При этом экономические показатели курорта (например, доходность от продажи ски-пассов – оплаты услуг подъемников), судя по отчету Счетной палаты⁹, серьезно уступают аналогичным ОЭЗ в Архызе и Эльбрусе, что, в том числе, связано с проблемами со снегом на курорте.

В других зонах предпринимательская активность практически не фиксируется. Курорт Цори, согласно заявлению первого вице-премьера Ингушетии Олега Фурсова, все еще проходит процесс согласования проекта строительства инфраструктурных объектов¹⁰. Не был реализован и проект горнолыжного курорта Матлас, строительство которого предполагалось в Хунзахском районе Дагестана. Хотя о создании курорта было заявлено еще в 2010 г., к 2020 г., по словам бывшего премьер-министра Дагестана Артема Здунова¹¹, в Матласе нет ни необходимой инфраструктуры (не только готовых горнолыжных трасс, но и газоснабжения), ни резидентов, готовых строить там гостиницы. Единого мнения, почему проект курорта в Хунзахском районе оказался настолько неудачным, нет. Как отмечается в отчете Счетной палаты о финансовой деятельности руководства курорта, долгое время земля для ОЭЗ «Матлас» оставалась

в собственности региональных властей и не передавалась КСК, из-за чего институт развития не участвовал в создании курорта; сам регион не принимал участия в развитии курорта. Однако среди опрошенных информантов существует мнение, что с точки зрения природных условий (пологий склон) и организации землепользования территория «Матласа» серьезно уступает другим высокогорным районам Дагестана.

Схожая судьба постигла и «Каспийский прибрежный кластер». Согласно отчетам Счетной палаты, все выделенные на создание кластера деньги были потрачены на разработку перспективных планов развития территории. Причем, из-за длительности реализации проекта, многие работы уже успели потерять актуальность. Не были также согласованы показатели эффективности функционирования проекта. При этом, согласно опрошенным информантам, некоторой популярностью в регионе пользуется пляжный отдых при гостиницах, расположенных вне прибрежного кластера (функционирующего вне городских округов), а в крупных прибрежных городах (Каспийске, Дербенте и Избербаше). Опрошенные информанты объясняют это тем, что там вести бизнес проще, поскольку уже есть необходимые коммуникации, транспортная связь с основными достопримечательностями, а также рестораны и развлекательные комплексы. При этом даже в пределах городов из-за плохого экологического состояния Каспийского моря качество пляжного отдыха, по признанию информантов, оставляет желать лучшего. По словам главы Дагестана Сергея Меликова, эффективно работающие очистные сооружения в республике появились лишь в Дербенте, и то в конце 2022 г.¹² В остальных городах все стоки до сих пор сбрасываются в реки и Каспийское море, без какой-либо очистки. Все это делает пляжный отдых внутри Каспийского прибрежного кластера неконкурентоспособным по сравнению с другими морскими курортами России.

⁸ Стародубровская И., Казенин К., Ситкевич Д. Северный Кавказ: выбор стратегических ориентиров // Экономическая политика. 2021. № 3. С. 112–137. EDN: <https://elibrary.ru/wrynlo>. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2021-3-112-137>

⁹ Орлова С.Ю. Отчет о результатах контрольного мероприятия «Проверка целевого и результативного использования в 2018 году и истекшем периоде 2019 года средств федерального бюджета, направленных в уставный капитал акционерного общества «Курорты Северного Кавказа», а также реализации задач подпрограммы «Развитие туристического кластера в Северо-Кавказском федеральном округе» государственной программы Российской Федерации «Развитие Северо-Кавказского федерального округа» на период до 2025 года» // Счетная палата. URL: <https://ach.gov.ru/upload/iblock/4f2/4f21a9b7b701c3bddfe82b9cb0b4902e.pdf> (дата обращения: 15.04.2023)

¹⁰ Ингушетия попросила помочь в реализации проектов курортов «Армхи» и «Цори» // ИА REGNUM. URL: <https://regnum.ru/news/есопоту/3427813.html> (дата обращения: 15.04.2023)

¹¹ Дальнейшее развитие всесезонного туристского комплекса «Матлас» обсуждали в Правительстве Дагестана // Сайт Агентства по охране культурного наследия Республики Дагестан. URL: <http://dagnasledie.ru/respublikanskiye-novosti/item/id/599> (дата обращения: 15.04.2023)

¹² Легких решений не бывает. Сергей Меликов в прямом эфире ответил на вопросы дагестанцев // Дагестанская правда. 2023. № 17-18. URL: <https://dagpravda.ru/politika/ljogkih-reshenij-ne-byvaet/> (дата обращения: 15.04.2023)

Нельзя при этом сказать, что проблемы с реализацией данных проектов связаны с их недофинансированием. Так, по данным Счетной палаты, на одну разработку планов по развитию Армхи, Матласа и Каспийского прибрежного кластера было потрачено более 200 млн рублей (что сопоставимо с аналогичными расходами на проектирование более удачного проекта курорта Архыз). Причина неудач заключается в комплексе факторов. Во-первых, как отмечает орган государственного аудита, развитие ОЭЗ требует взаимодействия управляющей компании (в данном случае, «Кавказ.РФ»), региональных и муниципальных властей, которое на момент проведения исследования не было достигнуто. Опрошенные информанты отмечают сохранение данной проблемы (особенно на муниципальном уровне), причем в Ингушетии она дополняется скромными бюджетами республиканского Комитета по туризму, из-за которого регион не способен оказать содействие в развитии отрасли. Во-вторых, статус ОЭЗ сам по себе не снимает описанные выше барьеры формирования туристической агломерации: от местной предпринимательской культуры (проявляющейся в том, что местные жители не готовы ни продавать свою землю чужакам, ни строить крупные гостиницы) до хронического недостатка инфраструктуры (в первую очередь, дорог).

Выводы

Проведенное исследование показало, что с начала бума внутреннего туризма на Северо-Восточном Кавказе сложилось несколько туристических центров, где наблюдается повышенная концентрация мест коллективного размещения и общественного питания. Хотя, частично, Махачкала, Дербент и горные аварские районы стали популярными среди отдыхающих из-за базовых туристических ресурсов (природных и культурных достопримечательностей), значительную роль сыграли и другие факторы: транспортная доступность, более развитая предпринимательская культура в муниципалитетах, предпочтения туристов по содержанию ту-

ристического продукта, а также агломерационный эффект. При этом, ни одна из этих территорий не получала поддержку от государства (за исключением Дербента, где, за счет средств меценатов, руководство города проводит серьезное обновление городской среды).

Что касается созданных государством ОЭЗ, то проведенное исследование показало, что статус «особой зоны» или «кластера» не гарантирует того, что на выделенных государством территориях обязательно появляется индустрия гостеприимства. Это наглядно видно на примере Каспийского прибрежного кластера: согласно информантам, большинство пляжных гостиниц в Дагестане расположено вне того пространства, которое государство выделило под создание новых курортов. Среди существующих на Северо-Восточном Кавказе ОЭЗ туристическая активность заметна лишь на курортах «Армхи», где гостиницы существовали еще до начала осуществления госполитики, и «Ведучи», которые дополнительно активно поддерживаются региональными властями.

Полученные результаты позволяют сделать вывод о том, что, для более эффективной кластерной политики, выделения потенциально привлекательной территории в отдельный «кластер» недостаточно, особенно если управляющей компанией кластера не налажена коммуникация с региональными властями, а также не решаются проблемы, стоящие перед перспективным курортом. При этом, учитывая, что эти проблемы обычно стоят сразу перед несколькими потенциальными туристическими дестинациями, оптимальным кажется создание условий, в которых не обособленные зоны, а весь регион сможет реализовать свой туристический потенциал. Так, устранение недостатка транспортной, инженерной и санитарной инфраструктуры могло бы снизить издержки на открытие туристического бизнеса в регионе, что, в результате, может также запустить агломерационный эффект, а отмечаемые в литературе риски «эффекта вытеснения» будут сокращены.

Список источников

1. *Cho V.* A study of the non-economic determinants in tourism demand // *International Journal of Tourism Research*. 2010. Vol. 12. Iss. 4. P. 307–320. <https://doi.org/10.1002/ijtr.749>
2. *Khadaroo J., Seetanah B.* Transport infrastructure and tourism development // *Annals of Tourism Research*. 2007. Vol. 34. Iss. 4. P. 1021–1032. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.010>
3. *Chou M.C.* Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis // *Economic Modelling*. 2013. Vol. 33. P. 226–232. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.04.024>
4. *Wang S., Yamada N., Brothers L.* A case study: Discussion of factors and challenges for urban cultural tourism development // *International Journal of Tourism Research*. 2011. Vol. 13. Iss. 6. P. 553–569. <https://doi.org/10.1002/ijtr.826>

5. *Besculides A., Lee M. E., McCormick P.J.* Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism // *Annals of tourism research*. 2002. Vol. 29. Iss. 2. P. 303–319. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4)
6. *Enright M.J., Newton J.* Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality // *Journal of Travel Research*. 2005. Vol. 43. Iss. 4. P. 339–350. <http://doi.org/10.1177%2F0047287505274647>
7. *Navickas V., Malakauskaite A.* The Possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors // *Engineering Economics*. 2009. Vol. 61. Iss. 1. P. 37–44. URL: <https://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/11581> (дата обращения: 15.04.2023)
8. *Jovanović S., Ilić I.* Infrastructure As Important Determinant of Tourism Development in the Countries of Southeast Europe // *Ecoforum Journal*. 2016. Vol. 5. Iss. 1. P. 288–294. URL: <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/329> (дата обращения: 15.04.2023)
9. *Thomas R., Long J.* Improving Competitiveness: Critical success factors for tourism development // *Local Economy*. 1999. Vol. 14. Iss. 4. P. 313–328. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02690940008726507> (дата обращения: 15.04.2023)
10. *Мишуринский Д.В., Бредихин А.В.* Рекреационно-геоморфологическое информационное обеспечение туристической деятельности // *Вестник Московского Университета. Серия 5: География*. 2020. № 4. С. 42–50. EDN: <https://elibrary.ru/wgodwl>
11. *Божиллина Е.А., Белова Д.А., Сорокина В.Н.* Климатические карты для рекреации и туризма // *Вестник Московского Университета. Серия 5: География*. 2008. № 3. С. 19–23. EDN: <https://elibrary.ru/jvivol>
12. *Goh C.* Exploring impact of climate on tourism demand // *Annals of Tourism Research*. 2012. Vol. 39. Iss. 4. P. 1859–1883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.027>
13. *Hawkins J.P., Roberts C.M.* The growth of coastal tourism in the Red Sea: present and future effects on coral reefs // *Ambio*. 1994. Vol. 23. Iss. 8. P. 503–508. URL: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19951805298> (дата обращения: 15.04.2023)
14. Кипкеева П.А., Потапенко Ю.Я. Основные факторы обеспечения устойчивого туризма в Карачаево-Черкесии // *Вестник Московского Университета. Серия 5: География*. 2015. № 5. С. 76–81. EDN: <https://elibrary.ru/vskgsl>
15. *Li Z., Liu H.* How tourism industry agglomeration improves tourism economic efficiency? // *Tourism Economics*. 2022. Vol. 28. Iss. 7. P. 1724–1748. <https://doi.org/10.1177/13548166211009116>
16. *Su Y.-S., Hung L.-C.* Spontaneous vs. policy-driven: The origin and evolution of the biotechnology cluster // *Technological Forecasting and Social Change*. 2009. Vol. 76. Iss. 5. P. 608–619. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.08.008>
17. *Fernández-Tabales A., Foronda-Robles C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga L., García-López A.* Developing a system of territorial governance indicators for tourism destinations // *Journal of Sustainable Tourism*. 2017. Vol. 25. Iss. 9. P. 1275–1305. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1260136>
18. *Fundeanu D.D.* Innovative Regional Cluster, Model of Tourism Development // *Procedia Economics and Finance*. 2015. Vol. 23. P. 744–749. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00501-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00501-8)
19. *Weiermair K., Peters M., Frehse J.* Success Factors for Public Private Partnership: Cases in Alpine Tourism Development // *Journal of Services Research*. 2008. Vol. 8. P. 7–21. URL: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20083138483> (дата обращения: 15.04.2023)
20. *Wray M.* Policy communities, networks and issue cycles in tourism destination systems // *Journal of Sustainable Tourism*. 2009. Vol. 17. Iss. 6. P. 673–690. <https://doi.org/10.1080/09669580903071979>
21. *Blackman A., Jewell B., Kuilboer A., Hyvonen T., Moscardo G., Foster F.* Factors Contributing to Successful Tourism Development in Peripheral Regions // *Journal of Tourism Studies*. 2004. Vol. 15. Iss. 1. P. 59–70. URL: <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.200501369> (дата обращения: 15.04.2023)
22. *Banerjee O., Cicowiez M., Moreda A.* Evaluating the economic viability of public investments in tourism // *Journal of Benefit-Cost Analysis*. 2019. Vol. 11. Iss. 1. P. 101–130. <https://doi.org/10.1017/bca.2019.32>
23. *Фонотов А.Г., Бергаль О.Е.* Территориальные кластеры как механизм пространственного развития экономики России // *Журнал экономической теории*. 2019. Т. 16. № 4. С. 673–687. EDN: <https://elibrary.ru/yрjrij>. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2019.16-4.6>
24. *Аванесов С.С., Магомедов А.М.* Потенциал развития экстремального туризма в Дагестане // *Вопросы структуризации экономики*. 2014. № 1. С. 294–296. EDN: <https://elibrary.ru/skcrfr>
25. *Lee Y.-J.A., Jang S., Kim J.* Tourism clusters and peer-to-peer accommodation // *Annals of Tourism Research*. 2020. Vol. 83. P. 102960. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102960>

Статья поступила в редакцию 15.04.2023; одобрена после рецензирования 09.06.2023; принята к публикации 12.06.2023

Об авторах:

Даниил Андреевич Ситкевич, кандидат экономических наук; научный сотрудник Центра региональных исследований и урбанизма Института прикладных экономических исследований; научный сотрудник Лаборатории институционального анализа Экономического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова; Researcher ID: AAD-1028-2019, Scopus Author ID: 57216731300

Андрей Сергеевич Коротков, магистрант Экономического факультета Московского государственного университета имени М. В. Ломоносова; Researcher ID: HTR-7756-2023

Вклад соавторов:

Ситкевич Д. А. – научное руководство; подбор научной литературы на тему кластерного развития; проведение полевого исследования; формулирование выводов и рекомендаций; подготовка итоговой версии текста.

Коротков А. С. – оформление текста; подбор научной литературы на тему географических характеристик развития туризма; анализ картографических данных, составление карт; контент-анализ официальных документов; перевод на английский язык.

Авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

References

1. Cho V. A study of the non-economic determinants in tourism demand. *International Journal of Tourism Research*. 2010; 12(4):307–320. <https://doi.org/10.1002/jtr.749> (In Eng.)
2. Khadaroo J., Seetanah B. Transport infrastructure and tourism development. *Annals of Tourism Research*. 2007; 34(4):1021–1032. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2007.05.010> (In Eng.)
3. Chou M.C. Does tourism development promote economic growth in transition countries? A panel data analysis. *Economic Modelling*. 2013; 33:226–232. <https://doi.org/10.1016/j.econmod.2013.04.024> (In Eng.)
4. Wang S., Yamada N., Brothers L. A case study: Discussion of factors and challenges for urban cultural tourism development. *International Journal of Tourism Research*. 2011; 13(6):553–569. <https://doi.org/10.1002/jtr.826> (In Eng.)
5. Besculides A., Lee M.E., McCormick P.J. Residents' perceptions of the cultural benefits of tourism. *Annals of tourism research*. 2002; 29(2):303–319. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(01\)00066-4](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(01)00066-4) (In Eng.)
6. Enright M.J., Newton J. Determinants of tourism destination competitiveness in Asia Pacific: Comprehensiveness and universality. *Journal of Travel Research*. 2005; 43(4):339–350. <http://doi.org/10.1177%2F0047287505274647> (In Eng.)
7. Navickas V., Malakauskaite A. The Possibilities for the identification and evaluation of tourism sector competitiveness factors. *Engineering Economics*. 2009; 61(1):37–44. URL: <https://www.inzeko.ktu.lt/index.php/EE/article/view/11581> (accessed 15.04.2023) (In Eng.)
8. Jovanović S., Ilić I. Infrastructure As Important Determinant of Tourism Development in the Countries of Southeast Europe. *Ecoforum Journal*. 2016; 5(1):288–294. URL: <http://www.ecoforumjournal.ro/index.php/eco/article/view/329> (accessed 15.04.2023) (In Eng.)
9. Thomas R., Long J. Improving Competitiveness: Critical success factors for tourism development. *Local Economy*. 1999; 14(4):313–328. URL: <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/02690940008726507> (accessed 15.04.2023) (In Eng.)
10. Mishurinskij D.V., Bredikhin A.V. Recreational-Geomorphological Information Support of Tourist Activities. *Lomonosov Geography Journal*. 2020; (4):42–50. EDN: <https://elibrary.ru/wgodwl> (In Russ.)
11. Bozhilina E.A., Belova D.A., Sorokina V.N. Climatic maps for recreation and tourism. *Lomonosov Geography Journal*. 2008; (3):19–23. EDN: <https://elibrary.ru/jvivol> (In Russ.)
12. Goh C. Exploring impact of climate on tourism demand. *Annals of Tourism Research*. 2012; 39(4):1859–1883. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2012.05.027> (In Eng.)
13. Hawkins J.P., Roberts C.M. The growth of coastal tourism in the Red Sea: present and future effects on coral reefs. *Ambio*. 1994; 23(8):503–508. URL: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/19951805298> (accessed 15.04.2023) (In Eng.)

14. Kipkeeva P.A., Potapenko Yu.Ya. Principal Factors of Sustainable Tourism in the Karachai-Cherkess Republic. *Lomonosov Geography Journal*. 2015; (5):76–81. EDN: <https://elibrary.ru/vskgsl> (In Russ.)
15. Li Z., Liu H. How tourism industry agglomeration improves tourism economic efficiency? *Tourism Economics*. 2022; 28(7):1724–1748. <https://doi.org/10.1177/13548166211009116> (In Eng.)
16. Su Y.-S., Hung L.-C. Spontaneous vs. policy-driven: The origin and evolution of the biotechnology cluster. *Technological Forecasting and Social Change*. 2009; 76(5):608–619. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2008.08.008> (In Eng.)
17. Fernández-Tabales A., Foronda-Robles C., Galindo-Pérez-de-Azpillaga L., García-López A. Developing a system of territorial governance indicators for tourism destinations. *Journal of Sustainable Tourism*. 2017; 25(9):1275–1305. <https://doi.org/10.1080/09669582.2016.1260136> (In Eng.)
18. Fundeanu D.D. Innovative Regional Cluster, Model of Tourism Development. *Procedia Economics and Finance*. 2015; 23:744–749. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00501-8](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00501-8) (In Eng.)
19. Weiermair K., Peters M., Frehse J. Success Factors for Public Private Partnership: Cases in Alpine Tourism Development. *Journal of Services Research*. 2008; 8:7–21. URL: <https://www.cabdirect.org/cabdirect/abstract/20083138483> (accessed 15.04.2023) (In Eng.)
20. Wray M. Policy communities, networks and issue cycles in tourism destination systems. *Journal of Sustainable Tourism*. 2009; 17(6):673–690. <https://doi.org/10.1080/09669580903071979> (In Eng.)
21. Blackman A., Jewell B., Kuilboer A., Hyvonen T., Moscardo G., Foster F. Factors Contributing to Successful Tourism Development in Peripheral Regions. *Journal of Tourism Studies*. 2004; 15(1):59–70. URL: <https://search.informit.org/doi/abs/10.3316/ielapa.200501369> (accessed 15.04.2023) (In Eng.)
22. Banerjee O., Cicowiez M., Moreda A. Evaluating the economic viability of public investments in tourism. *Journal of Benefit-Cost Analysis*. 2019; 11(1):101–130. <https://doi.org/10.1017/bca.2019.32> (In Eng.)
23. Fonotov A.G., Bergal O.E. Territorial Clusters as a Mechanism for Spatial Development of Russian Economy. *Russian Journal of Economic Theory*. 2019; 16(4):673–687. EDN: <https://elibrary.ru/ypjpij>. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2019.16-4.6> (In Russ.)
24. Avanesov S.S., Magomedov A.M. The potential for the development of extreme tourism in Dagestan. *Issues of structuring the economy*. 2014; (1):294–296. EDN: <https://elibrary.ru/skcrfr> (In Russ.)
25. Lee Y.-J.A., Jang S., Kim J. Tourism clusters and peer-to-peer accommodation. *Annals of Tourism Research*. 2020; 83:102960. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2020.102960> (In Eng.)

The article was submitted 15.04.2023; approved after reviewing 09.06.2023; accepted for publication 12.06.2023

About the authors:

Daniil A. Sitkevich, Candidate of Economic Sciences, Researcher in Center for Regional Studies and Urbanism, Institute for Applied Economic Research; Researcher, Laboratory for Institutional Analysis, Faculty of Economics, Lomonosov Moscow State University; ResearcherID: AAD-1028-2019; Scopus Author ID: 57216731300

Andrei S. Korotkov, Master's student, Faculty of Economics; Researcher ID: HTR-7756-2023

Contribution of co-authors:

Sitkevich D. A. – scientific supervision; selection of scientific literature about cluster development; field research; formulation of conclusions and recommendations; preparation the final version of the text.

Korotkov A. S. – text preparation, selection of scientific literature about geographical characteristics of tourism development; analysis of cartographic data; content analysis of official documents; English translation.

All authors have read and approved the final manuscript.