

DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2024.2.7>UDC 379.8.095.2
LBC 65.43Submitted: 02.03.2024
Accepted: 08.04.2024

DEVELOPMENT OF ECOLOGICAL TOURISM IN REGION: HOLISTIC APPROACH TO STRATEGIC COMMUNICATION MANAGEMENT

Svetlana G. Pyankova

Ural State Economic University, Yekaterinburg, Russian Federation

Inna V. Mitrofanova

Federal Research Centre the Southern Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences,
Rostov-on-Don, Russian Federation;
Volgograd State University, Volgograd, Russian Federation

Olga T. Ergunova

Higher School of Production Management, Saint Petersburg, Russian Federation;
Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Saint Petersburg, Russian Federation

Abstract. In recent decades, there has been a change in the system of tourism development and its gradual integration into the socio-economic space of the regions of the Russian Federation, which requires comprehensive work with goals, risks, and target audiences and involves the use of strategic communication based on a holistic approach. The purpose of the article is to present the concept of the strategy and practice of regional ecological tourism development from the point of view of holistic marketing and strategic management. The issue reflects increased competition between Russian regions for leading positions in the domestic market and the attraction of incoming tourists. The empirical basis of the study is based on holistic marketing and analysis of ecological tourism indicators in the regions over time. The authors of the article conducted a study of modern approaches to the use of strategic communication in the development of ecological tourism in the Ural Federal District of the Russian Federation, as well as the identification of possible development vectors. In the article, the researchers assessed the impact of strategic communication on the ecological tourism management system at the regional level and also determined the role of strategic communication in management decision-making, as well as the use of technologies and tools to minimize risks. Based on the analysis carried out by the authors of the article, a model of strategic communication was developed to achieve the key goal, i.e., the effective development of ecological tourism in the constituent entities of the Russian Federation.

Key words: strategic communication, ecological tourism, holistic approach, sustainable development, environmental sustainability, model of strategic communication.

Citation. Pyankova S.G., Mitrofanova I.V., Ergunova O.T., 2024. Development of Ecological Tourism in Region: Holistic Approach to Strategic Communication Management. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii* [Regional Economy. South of Russia], vol. 12, no. 2, pp. 81-90. (in Russian). DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2024.2.7>

УДК 379.8.095.2
ББК 65.43Дата поступления статьи: 02.03.2024
Дата принятия статьи: 08.04.2024

РАЗВИТИЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ: ХОЛИСТИЧЕСКИЙ ПОДХОД К УПРАВЛЕНИЮ СТРАТЕГИЧЕСКИМИ КОММУНИКАЦИЯМИ

Светлана Григорьевна Пьянкова

Уральский государственный экономический университет, г. Екатеринбург, Российская Федерация

© Пьянкова С.Г., Митрофанова И.В., Ергунова О.Т., 2024

Инна Васильевна Митрофанова

Федеральный исследовательский центр Южный научный центр РАН, г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация;
Волгоградский государственный университет, г. Волгоград, Российская Федерация

Ольга Титовна Ергунова

Высшая школа производственного менеджмента, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация;
Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, г. Санкт-Петербург, Российская Федерация

Аннотация. В последние десятилетия наблюдается изменение системы развития туризма и его постепенная интеграция в социально-экономическое пространство регионов РФ, что требует комплексной работы с целями, рисками и целевыми аудиториями, что, по нашему мнению, предполагает использование стратегических коммуникаций на основе холистического подхода. Цель статьи – осветить концептуализацию стратегии и практики развития регионального экологического туризма с точки зрения целостного маркетинга и стратегического управления. Проблематика отражает усиление конкуренции между российскими регионами за лидирующие позиции на внутреннем рынке и привлечение въездного потока туристов. Эмпирическая основа исследования основана на целостном маркетинге и анализе показателей экологического туризма в регионах в динамике. Авторами статьи проведен анализ современных подходов к использованию стратегических коммуникаций в развитии экологического туризма в разрезе УрФО РФ, а также выявлению возможных векторов развития. В данной работе исследователи провели оценку влияния стратегических коммуникаций на систему управления экологическим туризмом на региональном уровне, а также определили роль стратегических коммуникаций в принятии управленческих решений, а также использования технологий и инструментов, позволяющих минимизировать риски. На основе проведенного анализа разработана модель стратегической коммуникации для достижения ключевой цели – эффективного развития экологического туризма в субъектах РФ.

Ключевые слова: стратегические коммуникации, экологический туризм, холистический подход, устойчивое развитие, экологическая устойчивость, модель стратегической коммуникации.

Цитирование. Пьянкова С. Г., Митрофанова И. В., Ергунова О. Т., 2024. Развитие экологического туризма в регионе: холистический подход к управлению стратегическими коммуникациями // Региональная экономика. Юг России. Т. 12, № 2. С. 81–90. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2024.2.7>

Введение

В условиях трансформации геополитической и экономической ситуации стратегические подходы и оперативные меры по продвижению экологического туризма на национальном и региональном рынках требуют изменения и реализации целостного концептуального подхода. Запрос на это касается всех составляющих данного вида туризма как отрасли экономики – его институциональных организаций, субъектов рынка услуг, а также сообщества резидентов, косвенно влияя на впечатление о нем как об основном нематериальном активе туристической отрасли.

Для регионов, принявших взвешенное решение по продвижению экологического туризма на рынках разного уровня (от внутреннего до международного), особую актуальность имеет успешный опыт построения системы туристического маркетинга, связанной с последовательным позиционированием в различных целевых группах.

Теоретической основой настоящего исследования является холистический подход в управлении стратегическими коммуникациями в развитии экологического туризма в регионах РФ. При

этом целостный подход к управлению стратегическими коммуникациями можно воспринимать не как принципиально новую парадигму, а как переосмысление ранее устоявшихся концепций [Mrak, Ambruš, Marović, 2022]. Однако ряд авторов настаивает на том, что данный подход позволяет сформировать совершенно новую парадигму, так как представляет собой современный этап развития концепций управления стратегическими коммуникациями в развитии туризма, обладающий уникальными особенностями и компонентами [Carreira et al., 2013].

Обзор литературы

В рамках холистического подхода происходит усиление ориентации на субъект-субъектное интегративное взаимодействие всех заинтересованных сторон (стейкхолдеров) [Lagopoulos, 2018]. Дополнительная ценность создается за счет дизайна не только продукта, но и бизнеса в целом с точки зрения клиента [Shafeeque, Abdul, 2022]. Создаваемую ценность следует воспринимать не как набор потребительских свойств, а как совокупный потребительский опыт [Berry, Carbone, Haeckel, 2002].

На протяжении последних десятилетий в РФ вопросам развития экологического туризма уделяется самое пристальное внимание, при этом возможность применения данного вида туризма на особо охраняемых природных территориях имеет не только региональный, но и национальный, стратегический характер в связи с тем, что особо охраняемые природные территории (далее – ООПТ) вносят весомый вклад в сохранение биоразнообразия, бассейнов рек, защиту от ураганов, туризм, сохранение лесов и почв, развитие местных сообществ, депонирование углерода [Тихомирова, 2020]. Достижение этих целей требует выстраивания стратегических коммуникаций с разными целевыми аудиториями. Достаточно большое количество работ российских и зарубежных авторов посвящено изучению понятия «стратегические коммуникации». Разработано несколько десятков определений. Авторы не ставили перед собой цели проанализировать их все. В рамках проводимого исследования нам важно понимать основные характеристики данной дефиниции. К общим характеристикам стратегических коммуникаций можно отнести целеполагание [Киреева, Арефьева, 2023], управление через взаимодействие с целевыми аудиториями [Антамошкина, Кривцов, Саакян, 2020], реализацию плана коммуникативных действий, синхронизацию усилий и интеграцию различных инструментов [Пьянкова, Ергунова, Горшкова, 2022].

Так, в исследовании В.Л. Квинта указывается на необходимость соответствия стратегии с долгосрочными целями, миссией и ценностями субъекта [Kvint, 2016; Стратегирование отрасли туризма ... , 2021]. И.З. Чхотуа, А.А. Мурадов отмечают наличие большого количества субъектов при реализации долгосрочных целей развития [Чхотуа, Мурадов, 2023]. С.В. Богданов исследует особенности воздействия на общество и обеспечения национальных интересов государства [Богданов, 2017]. Соответственно, стратегические коммуникации выходят за рамки простого обмена сообщениями, они подразумевают поведенческие или социальные изменения, основанные на вовлечение аудитории путем синхронизации различных коммуникативных действий [Lock, 2023].

Стратегические коммуникации дают возможность установить свою компетентность и достоверность, они могут способствовать обеспечению согласованности и последовательности, гарантировать, что заявленное не противоречит действиям. Таким образом, коммуникации мо-

гут совершенствовать стратегию при условии принятия своевременных решений.

Соответственно, цель стратегических коммуникаций – поддержка надлежащего, своевременного и эффективного решения различных стратегических задач, укрепление легитимности действий [Brown et al., 2014]. В каждой ситуации стратегическая коммуникация зависит от фокуса стратегии, средств, доступных для влияния или осуществления изменений, вовлеченности аудитории.

Таким образом, под стратегическими коммуникациями будем понимать область долговременных отношений субъекта коммуникации с разными аудиториями для достижения стратегических целей [Ngo, Shah, Mishra, 2018], соответственно, стратегические коммуникации напрямую связаны с системой управления.

Учитывая, что объектом исследования является экологический туризм, рассмотрим, как на его развитие влияют стратегические коммуникации. Для этого сделаем краткий экскурс в историю становления экологического туризма России.

Основой экологического туризма в СССР были самостоятельный туризм и детские экскурсии природоведческой направленности, которые получили активное развитие в первые послереволюционные годы [Ралык, 2023]. Хотя в 1970-е гг. прошлого века в СССР появились охраняемые территории с различным статусом, но сам термин «экологический туризм» стал популярным только в 80-е гг. с появлением в стране официальных «маршрутов экологического туризма» [Богданова, Черных, 2023]. Дальнейшее развитие экологического туризма в России тесно связано с принятием Федерального закона «Об особо охраняемых природных территориях».

В последующие годы Концепция развития системы ООПТ федерального значения на период до 2020 г. определила развитие системы ООПТ с учетом потребностей местных жителей. По имеющимся данным, в масштабах страны проблема касалась двух млн чел. – жителей более тысячи населенных пунктов. Местные жители за счет развития активных коммуникаций и вовлечения в них субъектов разных уровней власти и медиа оказали значительное влияние на систему управления. Им удалось донести до лиц принимающих решения тезис о том, что они также являются значимой частью существующей экосистемы, внутри которой они живут и с которой постоянно коммуницируют. Это привело к изме-

нению не только коммуникаций, но и самой системы управления. В 2020 г. в закон были внесены корректировки в целях смягчения режима для населения, проживающего на территории ООПТ, в том числе в части снятия определенных ограничений на оборот земельных участков.

В открытом доступе авторам не удалось найти отчет о результатах реализации Концепции и достижении ключевых показателей. Кроме того, с окончанием срока реализации Концепции в 2020 г. нового стратегического документа, определяющего задачи развития ООПТ до 2030 г., не появилось.

В таких условиях особого внимания требует работа с публичными рисками, которые могут негативно повлиять на состояние системы ООПТ, учитывая, что официально долгосрочных целей не заявлено. Первый вызов связан с попытками вовлечь часть территорий ООПТ в хозяйственный оборот через изменение границ, разработку полезных ископаемых, использование природных ресурсов. Второй – направлен на комплексное развитие туристического направления. На последний сильно повлияла пандемия COVID-19, которая подчеркнула туристический потенциал ООПТ. Дефицит средств на развитие ООПТ, сохранение биоразнообразия и экосистем также способствует расширению видов деятельности ООПТ в сторону оказания ими, в том числе, туристических услуг.

В 2023 г. принят закон, направленный на развитие рекреационной деятельности на ООПТ. С одной стороны, он призван сделать ООПТ привлекательным для туризма, с другой – направлен на улучшение финансово-хозяйственного состояния территорий. Необходимо отметить, что развитие туризма на ООПТ имеет широкую международную практику. Более того, под руководством ООН опубликовано пособие, в котором перечисляются экономические выгоды для ООПТ: рост числа посетителей, продажа местных товаров, получение прибыли от новых мест размещения, проведение событийных мероприятий, привлекающих большое количество посетителей, и прочее.

Иными словами, формирование туристического направления способно привести к экономическому развитию, получению новых компетенций, социальному благосостоянию местных жителей [Пьянкова и др., 2021]. Вместе с тем оно может оказать значительное влияние на состояние природы. Поиск компромисса между этими двумя составляющими является стратегической

задачей. В этом ключе, по мнению ряда экспертов, основным станет обеспечение природной устойчивости, повышение экологической грамотности и устойчивое развитие. Таким образом, туризм на ООПТ правильно рассматривать как форму использования ресурсов, которая способствует сохранению и развитию местных сообществ и увеличению доходов для управления природными территориями, что соответствует парадигме устойчивого развития.

Стоит отметить, что отдельные защитники природы продвигают развитие туризма как альтернативу привычным формам использования ресурсов, таким как сельское хозяйство и рыболовство, которые потенциально неустойчивы, ограничены или запрещены. Однако такое заявление спорно, так как экотуризм часто не оправдывает ожиданий и не способствует развитию сельских территорий, толкая людей на переселение. Например, в национальном парке Комодо (KNP), в Индонезии туристическая отрасль управляется извне. И здесь возникает конфликт использования ресурсов, когда местные жители не получают предпочтений от этого. Более того, на них распространяются различные ограничения (добыча водных биоресурсов и прочее), в то время как прибыль от экотуризма получают внешние управляющие. В этом случае ограничения носят «разрушительный» для граждан характер, а альтернатива в виде туризма для местных сообществ не работает.

Подобные стратегии маргинализации жителей через протекционистские подходы не оставляют для местных иных вариантов, кроме переселения. И парк полностью зависит от поведения туристов, чью деятельность кроме администрации парка больше никто не контролирует. Таким образом, теоретические предложения экотуризма могут иметь мало общего с практическим значением развития туризма внутри и вокруг охраняемых территорий, которые определяются в интересах внешних заинтересованных сторон, а местным сообществам и природе часто наносят вред.

Оценка экологического туризма на базе объектов уникальных природных комплексов в РФ и регионах УрФО

На рисунках 1–2 отражены данные о развитии экологического туризма в России, представленные на основании паспорта Национального проекта «Экология».

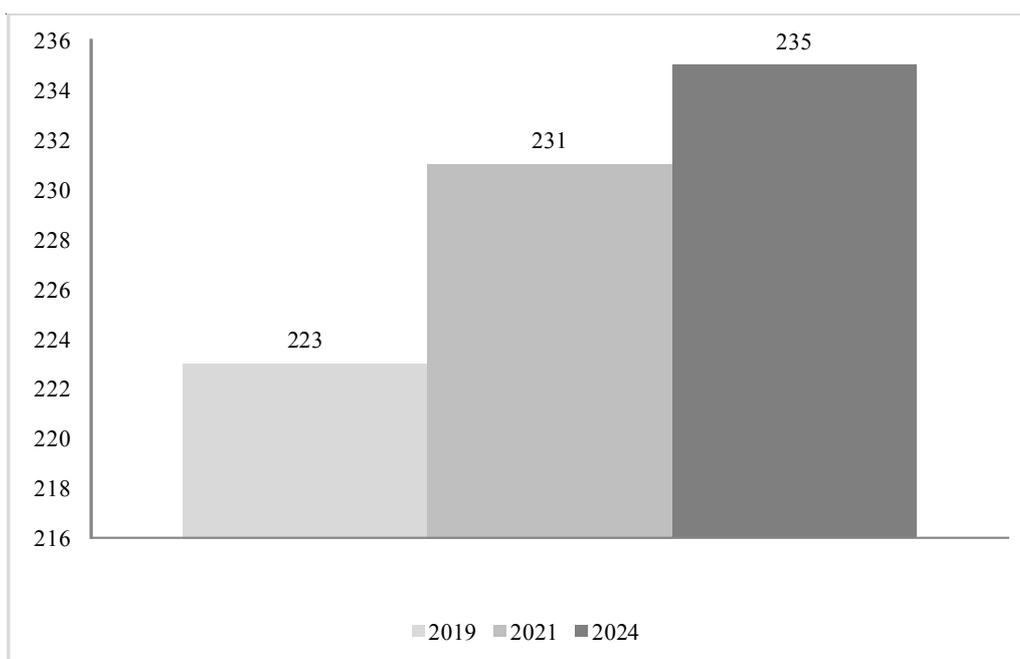


Рис. 1. Динамика создания новых ООПТ (2024 г. – согласно НП «Экология»)

Примечание. Составлено по: [Паспорт национального проекта ... , 2018].

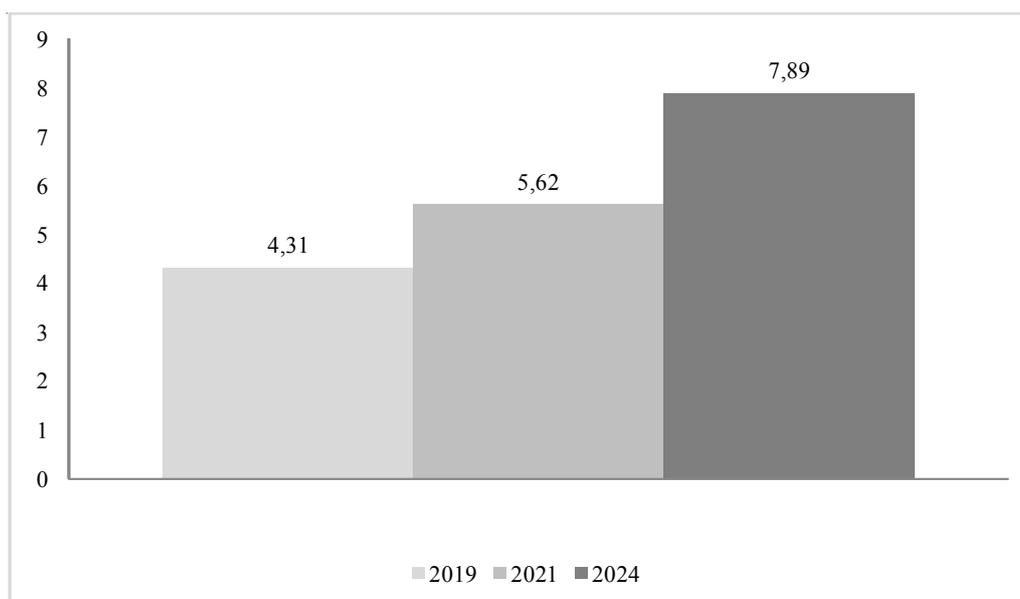


Рис. 2. Динамика увеличения количества посетителей ООПТ (2024 г. – согласно НП «Экология»)

Примечание. Составлено по: [Паспорт национального проекта ... , 2018].

Анализ динамики изменения количества ООПТ показывает, что число ООПТ до конца 2024 г. достигнет 24 новых ООПТ за счет увеличения площади на 5 млн га.

В свою очередь, сравнительный анализ изменения количества посетителей ООПТ показывает прогнозируемый рост на 2,27 раза в 2024 г. по сравнению с 2019 годом.

В целях реализации национального проекта «Экология» на уровне субъектов, входящих

в состав УрФО, приняты региональные проекты, например «Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма в Свердловской области», который устанавливает региональные показатели, характеризующие условия устойчивого развития ООПТ и экологического туризма, а также сохранение биологического разнообразия.

В таблице представлены данные о реализации региональных программ в субъектах УрФО,

**Данные о реализации региональных проектов национального проекта
«Экология» в регионах УрФО РФ**

Субъект УрФО	Название регионального проекта	Плановые результаты
Свердловская область	Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма в Свердловской области	Увеличение площади ООПТ (расширение границ природных парков «Бажовские места», «Река Чусовая»; создание заказника «Тошемский»; создание парка «Уфимское плато»); увеличение количества посетителей на ООПТ на 30 тыс. чел.; зарыбление 18 водоемов
ХМАО – Югра	Экологическая безопасность	Создание 3 объектов ООПТ регионального значения общей площадью более 4 тыс. га; создание и обустройство туристических маршрутов; мероприятия по восстановлению популяции сибирского осетра
Челябинская область	Сохранение биологического разнообразия и развитие экологического туризма	Создание и реконструкция туристической инфраструктуры ООПТ, разработка порядка 9 экотроп; создание визит-центра в г. Челябинск
Курганская область	Охрана водных объектов и обеспечение безопасности гидротехнических сооружений Сохранение лесов	Разработка программы мониторинга объектов ООПТ, в том числе территории экологического маршрута, в целях оперативного выявления негативных факторов от туристической деятельности
Тюменская область	Сохранение уникальных водных объектов Сохранение лесов	Увеличение площади ООПТ до 19 % от общей площади региона; развитие инфраструктуры экотуризма на базе ООПТ

Примечание. Составлено по: [Богданова, 2021; Богданова, Черных, 2023].

характеризующих условия устойчивого развития ООПТ и экологического туризма, а также сохранение биологического разнообразия.

Проведенный анализ реализации региональных проектов в регионах УрФО для достижения целей, отраженных в паспорте Национального проекта «Экология», позволяет сделать вывод, что во всех регионах реализуется комплекс мероприятий по развитию экологического туризма на базе объектов уникальных природных комплексов.

Обобщив вышеперечисленные трактовки исследуемого понятия, можно сделать вывод, что во всех субъектах УрФО для более эффективного развития экотуризма задачами формирования стратегической коммуникации должны стать:

- 1) развитие сотрудничества с различными целевыми группами и социальными структурами по вопросу создания и развития природных достопримечательностей;
- 2) улучшение качества и количества специалистов;
- 3) увеличение доступа к информации об использовании и сохранении ООПТ;
- 4) формирование поддержки из числа местных жителей, посетителей и других социальных групп;
- 5) поощрение соответствующего поведения.

Основными субъектами данной коммуникации представляются: стейкхолдеры, ученые и общественность. Ключевыми составляющими

коммуникации являются: знание об экосистемах и причинах происходящего, поведение местных жителей и туристов, отношения между разными целевыми аудиториями и ценности, которые могут не совпадать.

Цель коммуникации – увеличение поддержки принимаемых решений и реализуемых мероприятий, направленных на сохранение и рациональное использование природных ресурсов. Соответственно, коммуникация должна расширять количество сторонников и формироваться на основе: легитимности, адаптивности к событиям и критике, прозрачности процессов, эффективности, комплексности. И прежде чем перейти к формированию стратегии действий, важно понимать, какие существуют риски и вызовы развитию экологического туризма на базе объектов уникальных природных комплексов.

При реализации направления развития туризма на территории ООПТ в УрФО РФ много будет зависеть от правильно сложенной конструкции, когда туризм будет рассматриваться не столько как место отдыха, сколько как формирование новой культуры бережного отношения к природе. Соответственно, весь процесс должен выстраиваться исходя из главной цели – сохранения биоразнообразия и экосистем. В рамках этого понимания формирование программ предполагает не просто создание туристической инфраструктуры, а ответственное отноше-

ние к природе, включение в этот процесс местных жителей, которые являются выгодоприобретателями и охранителями природных богатств. Отметим, что при планировании рекреационной деятельности важным фактором является роль местного населения. В зависимости от выбранного пути жители регионов могут быть сторонниками или противниками планируемых изменений.

Говорить о результатах стратегических коммуникаций можно будет только в случае достижения эффектов стратегического характера. Ими могут быть: институциональные изменения системы ООПТ, изменение отношения общества к экосистемным услугам, формирование новой системы ценностей, изменение экономических и/или социальных предпочтений.

Заключение

Для реализации стратегии устойчивого развития экологического туризма на базе объектов уникальных природных комплексов в регионах УрФО стратегическая коммуникация должна быть:

– проактивной во взаимодействии с посетителями, местными жителями, экосистемой; это позволит своевременно увидеть имеющиеся риски и проблемы, принять соответствующее решение;

– адаптивной, стратегия определяет цель, к которой мы стремимся, но ряд событий требует адаптироваться с учетом современных реалий (например, пандемия), корректируя тактику, но не стратегические действия;

– измеримой, что предполагает контроль достижения цели; результаты необходимо отслеживать и анализировать, чтобы проверить это;

– координирующей; координация важна для обеспечения возможности согласования интересов, а также социального обучения.

В процессе разработки и реализации концепции развития экологического туризма в регионах УрФО реализация целостного подхода к стратегии развития регионального туризма позволит исследуемым регионам решить задачу формирования целостного, привлекательного и узнаваемого имиджа дестинации на туристическом рынке России, увеличить турпоток при достижении синергетического эффекта взаимодействия институтов развития туризма в регионах, профессиональных туристических сообществ и культурных ценностей его населения.

СПИСОК ИСТОЧНИКОВ

- Антамошкина Е. Н., Кривцов И. В., Саакян М. А., 2020. Формирование туристских кластеров на основе политики мультикультурализма // Туризм: право и экономика. № 4. С. 7–11.
- Богданов С. В., 2017. Стратегические коммуникации: концептуальные подходы и модели для государственного управления // Государственное управление. Электронный вестник. № 61. С. 132–152.
- Богданова О. В., 2021. Анализ показателей оценки эффективности управления особо охраняемых природных территорий Уральского федерального округа // International Agricultural Journal. № 5. С. 129–144. DOI: 10.24412/2588-02-09-2021-10363
- Богданова О. В., Черных А. В., 2023. Экологический туризм как фактор устойчивого развития малых городов России // International Agricultural Journal. Т. 66, № 2. С. 516–526. DOI: https://doi.org/10.55186/25876740_2023_7_2_3
- Киреева М. М., Арефьева Н. Т., 2023. Стратегическое управление туристско-рекреационными кластерами и прогнозирование Развития туризма в регионе // Международный научно-исследовательский журнал. № 2 (128). DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.128.76>
- Паспорт национального проекта «Экология»: утвержден президиумом Совета при Президенте Российской Федерации по стратегическому развитию и национальным проектам (протокол от 24 декабря 2018 г. № 16). URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/fbad8a780cfe43d0d4e807eb166ae5fb/NP_EKO_241218.pdf?ysclid=lt5voaik71829628374
- Пьянкова С. Г., Ергунова О. Т., Горшкова О. П., 2022. Новые медиа как инструмент трансформации региональной коммуникационной среды взаимодействия аудитории и СМИ // Региональная экономика. Юг России. Т. 10, № 2. С. 60–68. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2022.2.6>
- Пьянкова С. Г., Ергунова О. Т., Митрофанова И. В., Глазкова Н. Г., 2021. Развитие внутреннего туризма в России в контексте реализации национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства» // Экономика: вчера, сегодня, завтра. Т. 11, № 9А. С. 34–50. DOI: 10.34670/AR.2021.86.19.003
- Ралык Д. В., 2023. Экологический и «умный» туризм в контексте устойчивого развития отрасли в России // Общество: политика, экономика, право. № 8. С. 150–157. DOI: <http://doi.org/10.24158/per.2023.8.19>
- Стратегирование отрасли туризма и выставочно-ярмарочной деятельности в Кузбассе, 2021 / под ред. В. Л. Квинта. Кемерово : Кемер. гос. ун-т. 71 с. DOI: <https://doi.org/10.21603/978-5-8353-2718-8>
- Тихомирова А. В., 2020. Экологический туризм // Вестник ЮУрГУ. Серия: Право. № 1. С. 80–83. DOI: 10.14529/law200112

- Чхотуа И. З., Мурадов А. А., 2023. Глобальные и национальные тренды развития туризма в современных условиях // Стратегирование: теория и практика. Т. 3, № 2. С. 207–217. DOI: <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2023-3-2-207-217>
- Berry L. L., Carbone L. P., Haecckel S. H., 2002. Managing the Total Customer Experience // MIT Sloan Management Review. Vol. 43 (3). P. 85–89.
- Brown K., Laue M., Tafur J., Mahmood M.N., Scherrer P., Keast R., 2014. An Integrated Approach to Strategic Asset Management // Infronomics: Sustainability, Engineering Design and Governance. Springer. P. 57–74. URL: <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-02493-6>
- Carreira R., Patrício L., Natal Jorge R., Magee C., Hommes Q. V. E., 2013. Towards a Holistic Approach to the Travel Experience: A Qualitative Study of Bus Transportation // Transport Policy. Vol. 25. P. 233–243. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2012.11.009>
- Kvint V., 2016. Strategy for the Global Market: Theory and Practical Applications. New York, London, Routledge. 519 p.
- Lagopoulos A. P., 2018. Land-Use Planning Methodology and Middle-Ground Planning Theories // Urban Science. Vol. 2 (3), 93. DOI: <https://doi.org/10.3390/urbansci2030093>
- Lock I., 2023. Conserving Complexity: A Complex Systems Paradigm and Framework to Study Public Relations' Contribution to Grand Challenges // Public Relations Review. Vol. 49. Art. 102310. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102310>
- Mrak I., Ambruš D., Marović I., 2022. A Holistic Approach to Strategic Sustainable Development of Urban Voids as Historic Urban Landscapes from the Perspective of Urban Resilience // Buildings. Vol. 12 (11): 1852. DOI: <https://doi.org/10.3390/buildings12111852>
- Ngo H. H., Shah R., Mishra S., 2018. Optimal Asset Management Strategies for Mixed Transit Fleet // Transportation Research Part A: Policy and Practice. Vol. 117. P. 103–116. DOI: 10.1016/j.tran.2018.08.013
- Shafeeque M. H., Abdul A. P., 2022. A Holistic Approach to Augmented Reality-Related Research in Tourism: Through Bibliometric Analysis // Journal of Hospitality and Tourism Insights. Vol. 7 (1). P. 76–94. DOI: 10.1108/JHTI-08-2022-0369JO
- gosudarstvennogo upravleniya [Strategic Communications: Conceptual Approaches and Models for Public Administration]. *Gosudarstvennoye upravleniye. Elektronnyy vestnik* [Public Administration. Electronic Newsletter], no. 61, pp. 132-152.
- Bogdanova O.V., 2021. Analiz pokazateley otsenki effektivnosti upravleniya osobo okhranyayemykh prirodnykh territoriy Uralskogo federalnogo okruga [Analysis of Indicators for Assessing the Effectiveness of Management of Specially Protected Natural Areas of the Ural Federal District]. *International Agricultural Journal*, no. 5, pp. 129-144. DOI: 10.24412/2588-02-09-2021-10363
- Bogdanova O.V., Chernykh A.V., 2023. Ekologicheskii turizm kak faktor ustoychivogo razvitiya malyykh gorodov Rossii [Ecological Tourism as a Factor in the Sustainable Development of Small Towns in Russia]. *International Agricultural Journal*, vol. 66, no. 2, pp. 516-526. DOI: https://doi.org/10.55186/25876740_2023_7_2_3
- Kireeva M.M., Arefieva N.T., 2023. Strategicheskoye upravleniye turistsko-rekreatsionnyimi klasterami i prognozirovaniye Razvitiya turizma v regione [Strategic Management of Tourism and Recreational Clusters and Forecasting of Tourism Development in the Region]. *Mezhdunarodnyy nauchno-issledovatel'skiy zhurnal* [International Scientific Research Journal], no. 2 (128). DOI: <https://doi.org/10.23670/IRJ.2023.128.76>.
- Pasport natsionalnogo proyekta «Ekologiya»: utverzhden prezidiumom Soveta pri Prezidente Rossiyskoy Federatsii po strategicheskomu razvitiyu i natsionalnym proyektam (protokol ot 24 dekabrya 2018 g. № 16)* [Passport of the National Project “Ecology”: Approved by the Presidium of the Council Under the President of the Russian Federation for Strategic Development and National Projects (Minutes Dated December 24, 2018, No. 16), 2018. URL: https://www.economy.gov.ru/material/file/fbad8a780cfe43d0d4e807eb166ae5fb/NP_EKO_241218.pdf?ysclid=lt5voiiik71829628374
- Pyankova S.G., Ergunova O.T., Gorshkova O.P., 2022. Novye media kak instrument transformatsii regionalnoy kommunikatsionnoy sredy vzaimodeystviya auditorii i SMI [New Media as a Tool for Transformation of Regional Communication Environment of Audience and Media Interaction]. *Regionalnaya ekonomika. Yug Rossii* [Regional Economy. South of Russia], vol. 10, no. 2, pp. 60-68. DOI: <https://doi.org/10.15688/re.volsu.2022.2.6>
- Pyankova S.G., Ergunova O.T., Mitrofanova I.V., Glazkova N.G., 2021. Razvitiye vnutrennego turizma v Rossii v kontekste realizatsii natsional'nogo proyekta «Turizm i industriya gostepriimstva» [Development of Domestic Tourism in Russia in the Context of the Implementation of the National Project “Tourism and the Hospitality Industry”]. *Ekonomika: vchera,*

REFERENCES

- Antamoshkina E.N., Krivtsov I.V., Saakyan M.A., 2020. Formirovaniye turistskikh klasterov na osnove politiki multikulturalizma [Formation of Tourist Clusters Based on the Policy of Multiculturalism]. *Turizm: pravo i ekonomika* [Tourism: Law and Economics], no. 4, pp. 7-11.
- Bogdanov S.V., 2017. Strategicheskiiye kommunikatsii: kontseptualnyye podkhody i modeli dlya

- segodnya, zavtra* [Economics: Yesterday, Today and Tomorrow], vol. 11, no. 9A, pp. 34-50. DOI: 10.34670/AR.2021.86.19.003
- Ralyk D.V., 2023. Ekologicheskiy i «umnyy» turizm v kontekste ustoychivogo razvitiya otrasli v Rossii [Ecological and “Smart” Tourism in the Context of Sustainable Development of the Industry in Russia]. *Obshchestvo: politika, ekonomika, pravo* [Society: Politics, Economics, Law], no. 8, pp. 150-157. DOI: <http://doi.org/10.24158/pep.2023.8.19>
- Kvint V.L., ed. *Strategirovaniye otrasli turizma i vystavochno-yarmarochnoi deyatel'nosti v Kuzbasse* [Strategizing the Tourism Industry and Exhibition and Fair Activities in Kuzbass], 2021. Kemerovo, Kemer. gos. un-t. 71 p. DOI: <https://doi.org/10.21603/978-5-8353-2718-8>
- Tikhomirova A.V., 2020. Ekologicheskiy turizm [Ecological Tourism]. *Vestnik YuUrGU. Seriya: Pravo* [Bulletin of South Ural State University. Series: Law], no. 1, pp. 80-83. DOI: 10.14529/law200112
- Chkhotua I.Z., Muradov A.A., 2023. Globalnyye i natsionalnyye trendy razvitiya turizma v sovremennykh usloviyakh [Global and National Trends in Tourism Development in Modern Conditions]. *Strategirovaniye: teoriya i praktika* [Strategy: Theory and Practice], vol. 3, no. 2, pp. 207-217. DOI: <https://doi.org/10.21603/2782-2435-2023-3-2-207-217>
- Berry L.L., Carbone L.P., Haecckel S.H., 2002. Managing the Total Customer Experience. *MIT Sloan Management Review*, vol. 43 (3), pp. 85-89.
- Brown K., Laue M., Tafur J., Mahmood M.N., Scherrer P., Keast R., 2014. An Integrated Approach to Strategic Asset Management. *Infranomics: Sustainability, Engineering Design and Governance*. Springer, pp. 57-74. URL: <http://link.springer.com/book/10.1007/978-3-319-02493-6>
- Carreira R., Patrício L., Natal Jorge R., Magee C., Hommes Q.V.E., 2013. Towards a Holistic Approach to the Travel Experience: A Qualitative Study of Bus Transportation. *Transport Policy*, vol. 25, pp. 233-243. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2012.11.009>
- Kvint V., 2016. *Strategy for the Global Market: Theory and Practical Applications*. New York, London, Routledge. 519 p.
- Lagopoulos A.P., 2018. Land-Use Planning Methodology and Middle-Ground Planning Theories. *Urban Science*, vol. 2 (3), 93. DOI: <https://doi.org/10.3390/urbansci2030093>
- Lock I., 2023. Conserving Complexity: A Complex Systems Paradigm and Framework to Study Public Relations' Contribution to Grand Challenges. *Public Relations Review*, vol. 49, art. 102310. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2023.102310>
- Mrak I., Ambruš D., Marović I., 2022. A Holistic Approach to Strategic Sustainable Development of Urban Voids as Historic Urban Landscapes from the Perspective of Urban Resilience. *Buildings*, vol. 12 (11): 1852. DOI: <https://doi.org/10.3390/buildings12111852>
- Ngo H.H., Shah R., Mishra S., 2018. Optimal Asset Management Strategies for Mixed Transit Fleet. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, vol. 117, pp. 103-116. DOI: 10.1016/j.tra.2018.08.013
- Shafeeque M.H., Abdul A.P., 2022. A Holistic Approach to Augmented Reality-Related Research in Tourism: Through Bibliometric Analysis. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, vol. 7 (1), pp. 76-94. DOI: 10.1108/JHTI-08-2022-0369JO

Information About the Authors

Svetlana G. Pyankova, Doctor of Sciences (Economics), Associate Professor, Professor, Department of Regional, Municipal Economics and Management, Ural State University of Economics, 8 Marta / Narodnoy Voly St, 62/45, 620144 Yekaterinburg, Russian Federation, silen_06@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7072-9871>

Inna V. Mitrofanova, Doctor of Sciences (Economics), Professor, Chief Researcher, Laboratory of Regional Economics, Federal Research Centre the Southern Scientific Centre of the Russian Academy of Sciences, Chekhov St, 41, 344006 Rostov-on-Don, Russian Federation; Professor, Department of Economic Theory, Regional Economics and Entrepreneurship, Volgograd State University, Prosp. Universitetsky, 100, 400062 Volgograd, Russian Federation, mitrofanova@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1685-250X>

Olga T. Ergunova, Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Higher School of Production Management, Peter the Great St. Petersburg Polytechnic University, Politekhnicheskaya St, 29, 195251 Saint Petersburg, Russian Federation, mergunova-olga@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1714-7784>

Информация об авторах

Светлана Григорьевна Пьянкова, доктор экономических наук, доцент, профессор кафедры региональной, муниципальной экономики и управления, Уральский государственный экономический университет, ул. 8 Марта / Народной Воли, 62/45, 620144 г. Екатеринбург, Российская Федерация, silen_06@list.ru, <https://orcid.org/0000-0002-7072-9871>

Инна Васильевна Митрофанова, доктор экономических наук, профессор, главный научный сотрудник Лаборатории региональной экономики, Федеральный исследовательский центр Южный научный центр РАН, просп. Чехова, 41, 344006 г. Ростов-на-Дону, Российская Федерация; профессор кафедры экономической теории, региональной экономики и предпринимательства, Волгоградский государственный университет, просп. Университетский, 100, 400062 г. Волгоград, Российская Федерация, mitrofanova@volsu.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1685-250X>

Ольга Титовна Ергунова, кандидат экономических наук, доцент Высшей школы производственного менеджмента, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, ул. Политехническая, 29, 195251 г. Санкт-Петербург, Российская Федерация, mergunova-olga@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0002-1714-7784>