

УДК 338.48, 908, 991.9

ОТРАСЛЕВЫЕ ОСОБЕННОСТИ «НОВЫХ» ТУРИСТИЧЕСКИХ РЕГИОНОВ СЕВЕРНОГО КАВКАЗА: ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ ВЗГЛЯД

Д. А. Ситкевич¹⁾ А. С. Коротков²⁾

¹⁾ИПЭИ РАНХиГС, пр. Вернадского, д. 82–84, к. 9, 119571, г. Москва, Россия, dasitkevich@gmail.com ²⁾МГУ им. М. В. Ломоносова, Экономический ф-т, Ленинские горы, д. 1, стр. 46, 119991, г. Москва, Россия, korotkov.andrey@geogr.msu.ru

За последние годы индустрия туризма на Северном Кавказе переживает бурное развитие. Этому послужила череда событий, связанная с переориентацией на внутренний рынок туризма. Однако, в некоторых республиках, для которых ранее не был характерен туристический спрос рост числа отдыхающих в несколько раз превышает средней по региону. При этом уровень технического и инфраструктурного оснащения курортов и поселков невысок. В статье рассматриваются особенности пространственного распределения туристического спроса, меры экономической политики со стороны государства и их последствия, социологические данные от представителей местного бизнеса, а также географическая интерпретация неравномерности развития отрасли.

Ключевые слова: индустрия гостеприимства; географическая концентрация; агломерационный эффект; туристический поток; Северный Кавказ; кластерная политика.

SECTORAL SPECIFICS OF «NEW» TOURIST REGIONS OF THE NORTH CAUCASUS: AN ECONOMIC AND GEOGRAPHICAL PERSPECTIVE

D. A. Sitkevich¹⁾, A. S. Korotkov²⁾*

¹⁾IAER RANEPА, Vernadskogo Ave. 82-84-9, Moscow, Russia, dasitkevich@gmail.com

²⁾Lomonosov Moscow State University, Faculty of Economics, Leninskie Gory 1-46, 119991, Moscow, Russia, korotkov.andrey@geogr.msu.ru

In recent years, the tourism industry in the North Caucasus has experienced rapid development. This has been driven by a series of initiatives related to the reorientation towards the domestic tourism market. However, in some republics, which were not previously associated with tourism demand, the growth in the number of tourists is several times higher than the average for the region. At the same time, the level of technical and infrastructural equipment of resorts and settlements is low. This paper considers the peculiarities of the spatial distribution of tourist demand, economic policy measures on the part of the state and their consequences, sociological data from local businesses, as well as geographical interpretation of the unequal development of the industry.

Keywords: hospitality industry; geographic concentration; agglomeration effect; tourist flow; North Caucasus; cluster policy.

Туристическая индустрия в республиках Северо-Восточного Кавказа (Ингушетии, Чечне и Дагестане), т. н. «новых» туристических регионах (в противовес «старым» туристическим Кабардино-Балкарии, Карачаево-Черкесии и Северной Осетии–Алании, имеющим долгую «курортную» историю [1]), как и во многих других регионах, стала рассматриваться как потенциальный драйвер развития. Перед ними все еще остро стоит задача экономической модернизации [2]. В Стратегии развития СКФО 2010 г. туристическая отрасль рассматривается как одно из наиболее перспективных направлений развития экономики региона [3]. Один из инструментов, присутствующих в Стратегии развития, является создание «туристических кластеров» — зон, в которых, по мнению государства, наиболее вероятно развитие горнолыжного или пляжного отдыха. Однако, как отмечается, даже несмотря на рост уровня безопасности на Северном Кавказе, а также активные инвестиции в создание туристической инфраструктуры, к 2020 г. национальные республики СКФО нельзя было назвать популярными направлениями отдыха [4].

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 Росстату, с 2019 г. сократились вдвое) привели к росту индустрии гостеприимства внутри России. Так, согласно данным Ассоциации туроператоров России (АТОР) [5], в 2022 г. во всех регионах-лидерах по величине туристического потока (кроме тех, которые были затронуты закрытием аэропортов) наблюдался существенный приток количества отдыхающих. Особенно рост затронул Дагестан: согласно данным АТОР, в 2022 г. наблюдался наиболее резкий прирост количества отдыхающих, практически в два раза (до двух миллионов человек). Значительный рост количества туристов на всем Северном Кавказе отмечался и представителями Ростуризма [6].

Исследование основано на гибридной методологии использования картографической информации о распространенности на Северо-Восточном Кавказе объектов коллективного размещения (рисунок) и общественного питания как сопутствующих туризму организаций, анализа официальной статистики по туризму [7], а также результатах проведенных во время полевых исследований в Дагестане интервью с представителями индустрии.



Распределение гостиниц на Северо-Восточном Кавказе
Составлено авторами по материалам OpenStreetMap, Росреестра, JAXA, КАВКАЗ.РФ

Насколько прирост числа отдыхающих связан с кластерной политикой, проводимой государством? Для ответа на этот вопрос стоит понять, насколько локации, в которых особо активно формируется туристическая отрасль [8], совпадают с созданными федеральным центром особыми экономическими зонами, или же наблюдаемая в регионе концентрация бизнеса связана с иными причинами.

Проведенное в рамках работы исследование показало, что дислокация туристической инфраструктуры (являющихся признаком того, что место популярно среди туристов) в Северо-Восточном Кавказе (где до туристического бума 2020 г. отдыхающих было крайне мало) слабо связана с тем, определило ли государство данную территорию как кластер. Хотя в некоторых особых экономических зонах, созданных корпорацией «Курорты Северного Кавказа» (сейчас АО «КАВКАЗ.РФ»), присутствует

туристический бизнес. Это связано либо с уже имеющимися на момент создания кластеров гостиницами, либо с активной поддержкой проектов внутри особых экономических зон со стороны региональных властей [9].

При этом для Дагестана характерна отчетливая географическая концентрация туристического бизнеса, но связана она не с политикой государства, а с наличием достопримечательностей, транспортной инфраструктуры, предпринимательской культурой и уже сложившимися предпочтениями туристов.

Проведенное исследование показало, что с начала бума внутреннего туризма на Северо-Восточном Кавказе сложилось несколько туристических центров, в которых 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 другие факторы: транспортная доступность, более развитая предпринимательская культура в этих муниципалитетах, предпочтения самих туристов по поводу содержания туристического продукта, а также агломерационный эффект. При этом, ни одна из территорий (за исключением Дербента, где за счет средств меценатов руководство города проводит серьезное обновление городской среды) не получала существенной поддержки от государства.

Проведенное исследование относительно создания государством ОЭЗ показало, что статус «особой зоны» или «кластера» не способствует развитию туристического бизнеса. Особенно это видно на примере «Каспийского прибрежного кластера». Согласно сведениям информантов, большинство пляжных гостиниц в Дагестане расположены вне 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 до начала госполитики, и «Ведучи», которые дополнительно активно поддерживались региональными властями.

Полученные результаты позволяют сделать вывод, что для более эффективной кластерной политики выделения потенциально привлекательной территории в отдельный «кластер» недостаточно. Более того, оптимальным кажется создание условий, в которых не обособленные зоны, а весь регион, сможет реализовать свой туристический потенциал. Так, устранение недостатка транспортной и санитарной инфраструктуры могло бы снизить издержки на открытие туристического бизнеса в регионе, что в результате может также запустить агломерационный эффект, аналогичный тому, который наблюдается в аварских горных районах Дагестана.

Библиографические ссылки

1. *Аванесов С. С., Магомедов А. М.* Потенциал развития экстремального туризма в Дагестане // Вопросы структуризации экономики. 2014. Т. 1. С. 294–296.
2. *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. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.1.27-42>
3. Распоряжение Правительства России от 6 сентября 2010 года N 1485-р «Об утверждении Стратегии социально-экономического развития Северо-Кавказского федерального округа до 2025 года» // КонсультантПлюс. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_105643/517741733b081df06def6b33102ee7434eda031c/
4. *Стародубровская И. В., Казенин К. И., Ситкевич Д. А.* Северный Кавказ: выбор стратегических ориентиров // Экономическая политика. 2021. No 3. С. 112–137. <https://doi.org/10.18288/1994-5124-2021-3-112-137>
5. АТОР подвела предварительные итоги туристического 2022 года // Ассоциация туроператоров России. URL: <https://www.atorus.ru/node/50839>
6. 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/>
7. Статистика по разделу «Туризм» // Росстат. URL: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm>
8. *Ситкевич Д. А., Коротков А. С.* Факторы географической концентрации туристической индустрии: опыт Северо-Восточного Кавказа // МИР (Модернизация. Инновации. Развитие). 2023. № 14 (2). С. 262–276. <https://doi.org/10.18184/2079-4665.2023.14.2.262-276>
9. *Фонотов А. Г., Бергаль О. Е.* Территориальные кластеры как механизм пространственного развития экономики России // Журнал экономической теории. 2019. Т. 16. № 4. С. 673–687. <https://doi.org/10.31063/2073-6517/2019.16-4.6>