

УДК: 528.92+910.1

DOI: 10.35595/2414-9179-2025-1-31-249-265

Р. К. Махмудов¹, А. Н. Панин², Н. В. Денисова³, В. В. Чихичин⁴

МЕТОДИКА ВЫЯВЛЕНИЯ И ОЦЕНКИ ТУРИСТИЧЕСКИХ АТТРАКТОРОВ (НА ПРИМЕРЕ РЕГИОНОВ ЮГА РОССИИ)

АННОТАЦИЯ

Выявление и оценка туристических аттракторов необходимы для целей стратегического и территориального планирования развития туризма. Это позволяет находить ресурсы и потенциал для диверсификации и пространственного расширения туристического предложения. Описаны параметры и числовые значения оценки туристических аттракторов по трем блокам: значимость (популярность и масштабность); текущее состояние (визуальный облик и пользовательский опыт посещения); доступность от основных транспортных осей и опорных туристических центров. Расчет и классификация числовых значений произведены с помощью ГИС-системы QGIS на основе широкого набора источников пространственных данных, в первую очередь популярных поисково-информационных картографических систем. Для выявления территориальных различий туристического потенциала сформированы картографические модели распределения аттракторов с разными значениями оценки. По итогам интегральной оценки к классу с высоким потенциалом относится только 3 % аттракторов, расположенных на территории Краснодарского края, Ростовской обл. и Республики Адыгея. Наибольшее количество точек с высоким туристическим потенциалом (57 %) расположено в Краснодарском крае. В блоке «значимость аттракторов» отмечается большое количество (48 %) точек с низким статусом. Наибольшее количество значимых аттракторов (29 %) расположены в узкой полосе Черноморского побережья, горных и предгорных территорий Краснодарского края и Адыгеи, по долине Дона и в степях Кумо-Манычской впадины Ростовской обл. В блоке «состояние аттракторов» оценки визуального состояния точек чаще выше, чем оценки пользовательского опыта после их посещения. Аттракторы Юга России зачастую исходно эстетически привлекательны, при этом качество их «обслуживания» и внешнего благоустройства снижают оценки туристов. В блоке «доступность аттракторов» в связи с высокой плотностью населения и густой транспортной сетью более половины (63 %) аттракторов расположены в часовой зоне доступности от опорных туристических центров. При этом на больших расстояниях (>200 км) вдоль основных осей транзита туристов (М4 «Дон», А 289, Р-217, Р-260) отсутствуют значимые аттракторы в пешеходной зоне доступности, что говорит о недооцененном использовании высокого транзитного туристического потока.

КЛЮЧЕВЫЕ СЛОВА: туристические аттракторы, туристические ресурсы, виды туризма, Краснодарский край, Ростовская область, Республика Адыгея

¹ Северо-Кавказский федеральный университет, ул. Пушкина, д. 1, Ставрополь, Россия, 355009, e-mail: rakimkam@mail.ru

² Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, географический факультет, Ленинские горы, д. 1, Москва, Россия, 119991, e-mail: alex_panin@mail.ru

³ Северо-Кавказский федеральный университет, ул. Пушкина, д. 1, Ставрополь, Россия, 355009, e-mail: vasili.chihichin@gmail.com

⁴ Северо-Кавказский федеральный университет, ул. Пушкина, д. 1, Ставрополь, Россия, 355009, e-mail: verozub_95@mail.ru

Rakim K. Makhmudov¹, Alexandr N. Panin², Natalia V. Denisova³, Vasily V. Chikhichin⁴

**METHODOLOGY FOR IDENTIFYING AND EVALUATING
TOURIST ATTRACTIONS (USING THE EXAMPLE
OF THE REGIONS OF SOUTHERN RUSSIA)**

ABSTRACT

Identification and evaluation of tourist attractions are necessary for the purposes of strategic and territorial planning of tourism development. This allows us to find resources and potential for diversification and spatial expansion of the tourist offer. The parameters and numerical values of the evaluation of tourist attractions are described in three blocks: significance (popularity and scale); current status (visual appearance and user experience of the visit); accessibility from the main transport axes and supporting tourist centers. Numerical values were calculated and classified using the QGIS GIS system based on a wide range of spatial data sources, primarily popular search and information cartographic systems. Cartographic models of the distribution of attractors with different evaluation values have been formed to identify territorial differences in the tourist potential. According to the results of the integrated assessment, only 3 % of the attractors located in the Krasnodar Territory, the Rostov Region and the Republic of Adygea belong to the class with high potential. The largest number of points with high tourist potential (57 %) is located in the Krasnodar Territory. In the “importance of attractors” block, a large number (48 %) are noted points with low status. The largest number of significant attractors (29 %) are located in a narrow strip of the Black Sea coast, mountainous and foothill territories of the Krasnodar Territory and Adygea, along the Don Valley and in the steppes of the Kumo-Manych depression of the Rostov Region. In the “state of the attractors” block, estimates of the visual state of points are more often higher than estimates of the user experience after visiting them. The attractors of the South of Russia are often initially aesthetically attractive, while the quality of their “service” and external landscaping reduce the ratings of tourists. In the “accessibility of attractors” block, due to the high population density and dense transport network, more than half (63 %) of the attractors are located within the time zone of accessibility from the main tourist centers. At the same time, at long distances (>200 km) along the main axes of tourist transit (M4 “Don”, A 289, R-217, R-260) there are no significant attractors in the pedestrian accessibility zone, which indicates an underestimated use of the high transit tourist flow.

KEYWORDS: tourist attractions, tourist resources, types of tourism, Krasnodar Territory, Rostov Region, Republic of Adygea

ВВЕДЕНИЕ

Туризм в России активно развивается, о чем свидетельствуют как минимум два показателя. Во-первых, растет туристический поток. По данным Минэкономразвития, количество туристических поездок по стране с 2022 по 2024 гг. увеличилось на 25 % —

¹ North-Caucasus Federal University, 1, Pushkina str., Stavropol, 355017, Russia,
e-mail: rakimkam@mail.ru

² M.V. Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 1, Leninskie Gory, Moscow, 119991, Russia, *e-mail: alex_panin@mail.ru*

³ North-Caucasus Federal University, 1, Pushkina str., Stavropol, 355017, Russia,
e-mail: verozub_95@mail.ru

⁴ North-Caucasus Federal University, 1, Pushkina str., Stavropol, 355017, Russia,
e-mail: vasilichihichin@gmail.com

с 72 до 90 млн^{1,2}. Во-вторых, увеличивается вклад туристической отрасли в отечественную экономику. Доля туризма в ВВП России в 2020 г. составляла 2,4 %, в 2024 г. — 2,9 %³.

Конечно же, это развитие распределяется по территории неравномерно. Регионы Юга России традиционно привлекают большое количество туристов, явные лидеры там — Краснодарский край и Ростовская обл. Кубань занимает второе место (после Москвы) в стране по числу туристических поездок — 19 млн (в 2024 г.). Донской край показывает одну из лучших в России динамику числа туристических поездок: с 2022 по 2024 гг. — на 102 % — с 2 до 4 млн⁴. Внутри регионов туристический поток также распределяется очень неровно. На Юге России особая нагрузка характерна для прибрежных местностей (особенно для Черного моря) и некоторых предгорных и горных территорий Кавказа.

Перераспределение туристического потока за счет вовлечения новых локаций — одна из ключевых задач планирования развития туристической отрасли. Для ее решения необходима оценка ресурсов, которые не всегда используются в туристических целях и правильно оценены туроператорами, экскурсоводами и, в конечном итоге, туристами. В зарубежной практике научных исследований анализ характера и состава туристических ресурсов проводится в рамках концепции аттракторов. Применение «аттракторного подхода» стало в т. ч. ответом на новое восприятие туристом его поездки — все чаще турист отправляется не в определенный регион (направление), а к определенному объекту [Климанова и др., 2023].

В данной статье приводятся результаты апробации авторской методики выявления и оценки туристических аттракторов. На примере Краснодарского края, Ростовской обл. и Республики Адыгея определены уровни их современного использования.

Стоит отметить, что указанные регионы с целью развития туризма объединены в туристическую схему территориально-пространственного планирования макротерритории «Восточный Юг России». Туристические схемы — один из инструментов реализации национального проекта «Туризм и гостеприимство», Стратегии развития туризма в Российской Федерации и Государственной программы Российской Федерации «Развитие туризма»⁵.

МАТЕРИАЛЫ И МЕТОДЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Для начала определимся, что такое туристический аттрактор. Это объект или событие, обладающее особой притягательностью для посетителей и стимулирующее прибытие туристов именно сюда. Примерами аттракторов могут выступать известные музеи, уникальные природные явления, фестивали, выставки, тематические парки развлечений [Mattsson et al., 2005]. Понятие аттрактора тесно связано с понятием туристического ресурса, под которым понимается совокупность природных, культурных, социальных и инфраструктурных объектов и условий, привлекающих туристов и используемых для орга-

¹ Дмитрий Чернышенко и Максим Решетников представили туристические итоги 2024 года и зимнего сезона. Электронный ресурс: https://www.economy.gov.ru/material/news/dmitriy_chernyshenko_i_maksim_reshetnikov_predstavili_turisticheskie_itogi_2024_goda_i_zimnego_sezona.html (дата обращения 15.06.2025)

² В Минэкономразвития рассказали в цифрах о развитии туризма. Электронный ресурс: <https://www.pnp.ru/economics/v-minekonomrazvitiya-rasskazali-v-cifrax-o-razvitii-turizma.html> (дата обращения 15.06.2025)

³ Туризм. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения 15.06.2025)

⁴ Туризм. Федеральная служба государственной статистики. Электронный ресурс: <https://rosstat.gov.ru/statistics/turizm> (дата обращения 15.06.2025)

⁵ Туристические схемы. Электронный ресурс: <https://вэб.пф/turisticheskie-skemy/> (дата обращения 15.06.2025)

низации различных форм туристской деятельности. К ним относятся природные комплексы, культурно-историческое наследие, услуги инфраструктуры [Зорин, Квартальнов, 2003].

Аттракторами становятся отдельные элементы туристского ресурса. Например, живописный природный ландшафт сам по себе является ресурсом, но конкретный водопад, панорамная смотровая площадка могут стать объектом притяжения туристов, т. е. аттрактором. Ресурс обеспечивает базу для существования аттрактора, предоставляя необходимые условия для привлечения туристов. Создание качественного аттрактора увеличивает ценность общего туристического ресурса территории, привлекает больше туристов и стимулирует развитие инфраструктуры.

Исследования туристических аттракторов, что называется, в «чистом виде» в отечественной науке проводятся нечасто. Косвенно, с точки зрения смыслов (точки притяжения, достопримечательности и т. п.) они изучаются как часть туристических ресурсов и потенциала. Активно и эффективно для этого применяются ГИС-технологии, т. к. возникает необходимость работы с большим количеством информации (большие данные). ГИС туристско-рекреационного типа направлены на районирование территории, выделение наиболее перспективных и востребованных туристических зон и маршрутов [Рыгалова, Рыгалов, 2020]. Апробированы они для регионов [Рыгалова, Рыгалов, 2020; Свиридонова, Гуня, 2022], муниципалитетов [Каширина и др., 2023], туристических маршрутов [Тесленок и др., 2021], отдельных туристических локаций [Шеремет, Калуцкова, 2020]. Что касается непосредственно аттракторов, то важной задачей, решаемой в ходе их оценки, выступает сбор адекватной информации и разработка классификации [Климанова и др., 2023; Ritchie, Crouch, 2003].

Сбор исходных данных об аттракторах, их выявление в виде точечных объектов произведены на основе сайтов туристических агрегаторов, туроператоров (onetwoTrip, TripAdvisor, bolshayastrana, russia.travel, kruiz.online), поисково-информационных картографических систем (Яндекс Карты, 2Gis, OpenStreetMap), социальной сети ВКонтакте. Пространственная их привязка к местности проводилась в ГИС QGIS 3.

Анализировались аттракторы по трем блокам:

- востребованность (популярность и масштабность);
- текущее состояние (визуальный облик и пользовательский опыт);
- доступность от основных транспортных осей и опорных туристических центров.

Оценка параметров востребованности, текущего состояния и доступности производилась с учетом разделения по видам туризма:

- культурно-познавательный,
- природно-экологический,
- пляжный,
- спортивный/активный/экстремальный,
- оздоровительный,
- горнолыжный,
- автомобильный,
- круизный¹.

Общий алгоритм оценки аттракторов [Махмудов и др., 2020]:

1. Сбор данных (выявление) и расчет индивидуальных значений параметров оценки аттракторов в собственных единицах измерения.

¹ Федеральная туристическая межрегиональная схема территориально-пространственного планирования Российской Федерации. Электронный ресурс: <https://вэб.рф/turisticheskie-skhemu/> (дата обращения 15.06.2025)

2. Классификация значений параметров оценки по 4-х бальной шкале, перевод из разных единиц измерения в единые, т. е. в баллы: 0 — отсутствует потенциал, 1 — значение ниже среднего, 2 — среднее значение, 3 — максимальное значение.
3. Суммирование полученных баллов внутри отдельных блоков (востребованность, текущее состояние, доступность) в интегральную оценку.
- 4.

Параметры оценки блока 1 «Значимость аттракторов»:

Первый параметр — «число отзывов в поисково-информационных картографических системах». Основная задача — включить в оценку сложившуюся на современном этапе популярность аттракторов. Основные значения параметра:

- количество отзывов об аттракторе менее 10 — популярность отсутствует (0 баллов);
- количество отзывов об аттракторе от 10 до 100 — популярность низкая (1 балл);
- количество отзывов об аттракторе от 100 до 1 000 — популярность средняя (2 балла);
- количество отзывов об аттракторе более 1 000 — популярность высокая (3 балла).

Второй параметр — «масштабность аттрактора». Основная задача — раскрыть не только существующее использование, но и ценность, потенциал использования в туристических целях в будущем. Исходные данные о значениях параметров получены из официальных тематических реестров органов исполнительной власти, порталов региональных министерств туризма, популярных туристических сайтов с треками маршрутов.

Табл. 1. Меры измерения параметра «масштабность аттрактора» по видам туризма
Table 1. Measures of measuring the parameter “scale of the attractor” by types of tourism

Вид туризма	Подвид туризма	Аттракторы	Меры измерения
Культурно-познавательный	Познавательный и развлекательный	Музеи, выставки, галереи, фестивали, театры, филармонии	Количество тематических залов
	Этнокультурный	Исторические культурные комплексы, этносословные казачьи комплексы, исторические поселения	Количество тематических строений на территории
	Городской	Памятники истории, архитектуры	Статус памятника: федеральное, региональное, местное значение
		Городские парки, скверы, набережные, ботанические сады, дендрарии, озелененные пространства, спортивные объекты	Среднее количество посетителей в неделю
		Парки развлечений, сафари-парки, океанариумы, торговые центры	Площадь помещений
Смотровые площадки, памятники, малые архитектурные формы и др. уникальные городские локации		Количество посетителей в буферной зоне 200 м	

Вид туризма	Подвид туризма	Аттракторы	Меры измерения
	Этно-гастрономический	Винодельни и промышленные производства вина	Количество произведенного продукта (литров)
	Промышленный	Промышленные предприятия	Включенность предприятия в программу «Акселератор промышленного туризма»
Природно-экологический	Посещение живописных природных мест	Особо охраняемые природные территории	Количество троп и официальных экологических маршрутов
		Локальные природные объекты: пляжи, озера, пещеры, горные вершины, скалы, родники и т. д.	Количество трэков маршрутов пролегающих через объект на популярных спортивно-туристических сайтах (Wikilos, Strava)
Пляжный	Отдых у воды	Пляжи, аквапарки, отели и базы отдыха с открытыми бассейнами	Площадь территории (м ²)
Спортивный/активный/экстремальный	Пешеходные походы: хайкинг, трэкинг, спортивный туризм, альпинизм	Природные объекты	Количество трэков маршрутов пролегающих через объект на популярных спортивно-туристических сайтах (Wikilos, Strava)
Горнолыжный	Горнолыжные курорты	Общая протяженность горнолыжных трасс	км
Оздоровительный	Путешествие с целью оздоровления на базе санаторно-курортных организаций, медицинских центров, SPA отелей и баз отдыха	Санатории, SPA-отели и базы отдыха, термальные источники, вулканы, минеральные источники	Количество мест размещения туристов
Круизный	Речные и морские путешествия длиной более одного дня	Морские и речные порты, марины	Количество стояночных мест
Автомобильный	Путешествие на автомобиле или мотоцикле с остановками на пути следования в живописных местах и местах развлечений	Культурно-познавательные, природные аттракторы	Пешеходная доступность от автомобильных дорог (10, 20, 30 мин)

Параметры оценки блока 2 «Текущее состояние аттракторов»:

Первый параметр — «визуальный облик», оценивался через количество фотографий в зоне наблюдения объекта (геотегов в социальной сети ВКонтакте). Основная задача — включить в оценку фактор эстетической привлекательности объектов, на который влияют: благоустройство территории, наличие антропогенных элементов в природном

ландшафте, наличие визуального мусора в виде рекламы, несочетаемых архитектурных стилей или плохого технического состояния аттрактора.

Зоны наблюдения туристического объекта зависят от его масштаба и широты обзора с увеличением расстояния. Зоны вокруг аттрактора строились для анализа количества фотографий исходя из его укрупненного типа:

- от культурно-познавательных аттракторов — 200 м;
- от локальных природно-экологических аттракторов (водопадов, пещер, смотровых площадок) — 500 м;
- от крупных природно-экологических точек притяжения (горных вершин, каньонов, водохранилищ, морского побережья) — 1 000 м.

Основные значения параметра:

- менее 10 геотегов в зоне аттрактора — 0 баллов;
- от 10 до 50 геотегов в зоне аттрактора — 1 балл;
- от 50 до 100 геотегов в зоне аттрактора — 2 балла;
- более 100 геотегов в зоне аттрактора — 3 балла.

Второй параметр — «оценка пользовательского опыта», оценивался через среднюю оценку отзывов в поисково-информационной картографической системе Яндекс. Карты. Основная задача — включить в оценку фактор мнения туристов об объекте, влияющий на его репутацию и выбор для повторного посещения. На оценку аттрактора туристами могут повлиять: наличие сервисной инфраструктуры, компетентность персонала, безопасность, инклюзивность, наличие навигации, привлекательный визуальный облик.

Основные значения параметра:

- средняя оценка менее 4 — 0 баллов;
- средняя оценка от 4 до 4,4 — 1 балл;
- средняя оценка от 4,4 до 4,7 — 2 балла;
- средняя оценка выше 4,7 — 3 балла.

Параметры оценки блока 3 «Доступность аттракторов»:

Первый параметр — «расстояние от осей транзита туристов». Основная задача — включить в интегральную оценку фактор внимания туристов к туристическому аттрактору при том, что он может не быть самой целью посещения, но находится на пути следования туристов. При близком размещении к дорогам аттрактор может быть посещен в качестве дополнительного пункта отдыха или развлечения. Для оценки удаленности определен перечень автомобильных дорог — основных осей транзита туристов в пределах Юга России. Это федеральные дороги М4 «Дон», Р-260, А-289, А-146, А-147. Основные значения параметра:

- более 30 мин пешеходной доступности от автодороги — 0 баллов;
- от 20 до 30 мин пешеходной доступности — 1 балл;
- от 10 до 20 минут пешеходной доступности — 2 балла;
- от 0 до 10 минут пешеходной доступности — 3 балла.

Второй параметр — «расстояние от опорных туристических центров». Опорный туристический центр — населенный пункт, находящийся в центре максимальной концентрации туристического потенциала и индустрии, являющийся точкой входа в туристический кластер и организующий распределение туристических потоков. Основная задача использования параметра — включить в интегральную оценку фактор влияния выбора места для посещения туристами вблизи населенных пунктов, удобных для проживания с качественным сервисом и высокой концентрацией аттракторов. Основные значения параметра:

- более 120 мин от опорных туристических центров — 0 баллов;
- от 60 до 120 мин — 1 балл;
- от 30 до 60 мин — 2 балла;
- менее 30 мин — 3 балла.

Путем суммирования баллов была определена *интегральная оценка* туристических аттракторов, выделены уровни современного использования их потенциала.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

На территории Краснодарского края, Ростовской обл. и Республики Адыгея выявлены 5 800 аттракторов. Самая высокая их концентрация — в узкой полосе Черноморского побережья, в горных территориях и вдоль долины р. Дон в Ростовской обл. Почти половина — точки притяжения природно-экологического туризма, 19 % — спортивного/активного/экстремального, 12 % — культурно-познавательного, 10 % — пляжного, 7 % — оздоровительного, 8 % — других видов туризма. В Краснодарском крае расположены почти 60 % аттракторов, преобладают природно-экологические (46 %) и активные (19 %). В Ростовской обл. наиболее распространены точки притяжения культурно-познавательного (30 %) и пляжного (24 %) видов туризма, в Адыгее — природно-экологического (55 %) и активного (33 %).

Значимость аттракторов

Выявлено большое количество (48 %) аттракторов с низким статусом значимости (рис. 1). Это природные объекты вне ООПТ, объекты архитектуры, не являющиеся культурным наследием федерального уровня, частные небольшие объекты развлечений и пляжного отдыха с малой пропускной способностью.



Рис. 1. Доля аттракторов по результатам оценки блока «значимость»

Fig. 1. The proportion of attractors based on the results of the evaluation of the “significance” block

Наибольшее количество значимых аттракторов (29 %) расположены в узкой полосе Черноморского побережья, горных и предгорных территориях Краснодарского края и Республики Адыгея, по долине Дона и в степях Кумо-Манычской впадины Ростовской обл. Это объясняется тем, что здесь сформированы уникальные по пейзажно-эстетической привлекательности, зачастую труднодоступные природные комплексы на ООПТ федерального значения: Кавказский биосферный заповедник, природный парк Большой Тхач, Сочинский национальный парк, Ростовский биосферный заповедник.

Здесь также сформировано богатое историко-культурное наследие, распространены объекты культурного наследия федерального значения, связанные с распространением древнегреческой культуры (на Таманском п-ове, в гг. Анапа, Сочи, Туапсе), майкопской дольменной культуры (Туапсе, Геленджик, горная часть Адыгеи, Мостовской район Краснодарского края). Федеральный статус имеют объекты времен ВОВ, стратегически важные для обороны Юга России: мемориальные комплексы «Малая Земля» (Краснодарский край), «Самбекские высоты» (Ростовская обл.).

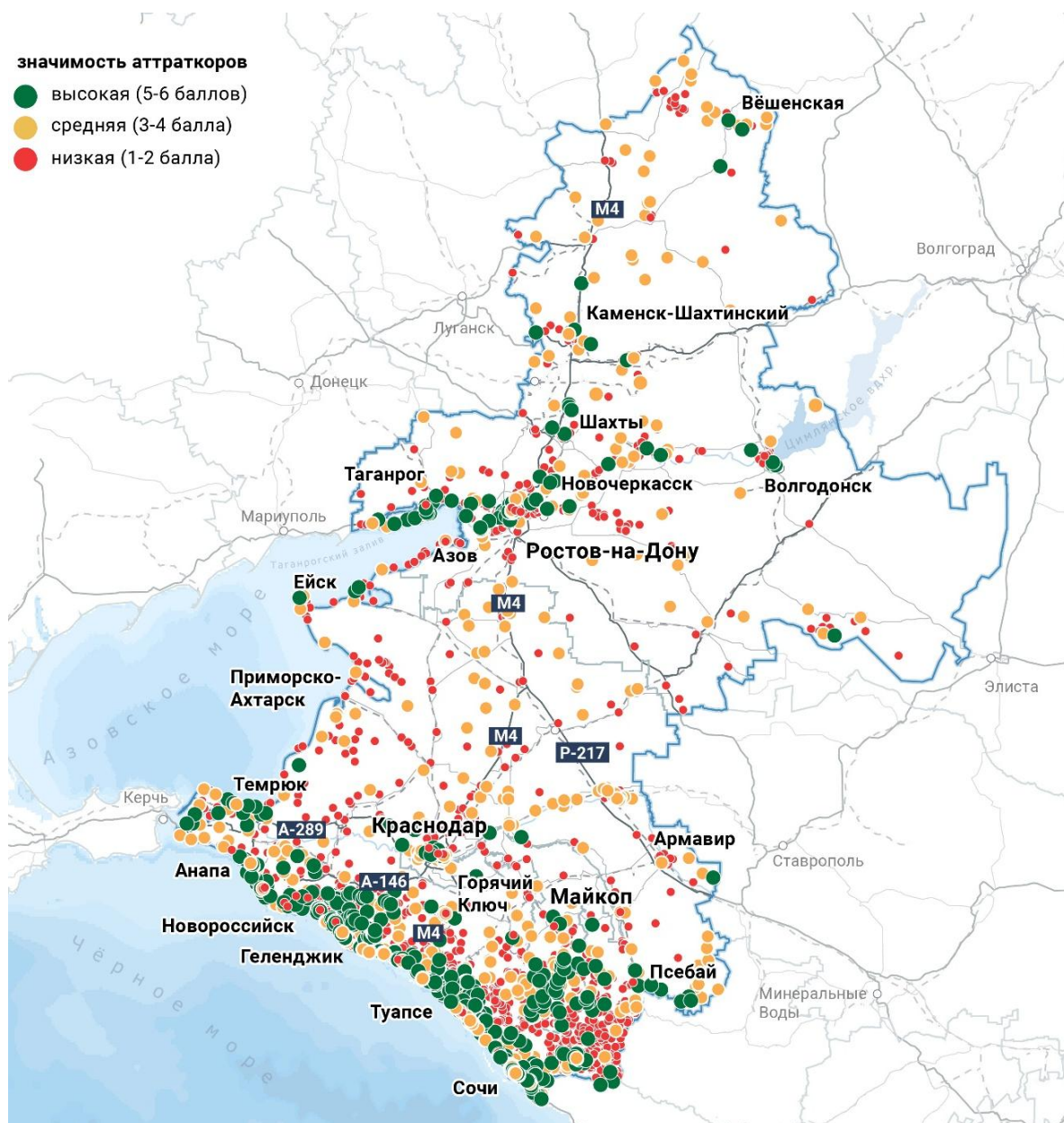


Рис. 2. Значимость аттракторов. Суммарные значения баллов по 2-м параметрам: «число отзывов в популярных» и «значимость аттрактора»
Fig. 2. Demand for attractors. Total scores for 2 parameters: “number of reviews in popular” and “scale of attractor”

По количеству отзывов лидируют объекты массового отдыха черноморских курортов культурно-познавательного (городского) туризма: городские и развлекательные парки с аттракционами (Сочи-парк, парк «Солнечный остров», Сафари-Парк в Геленджике, Дино-парк в Кабардинке, Парк «Краснодар»), аквапарки. Среди лидеров также отмечаются объекты горнолыжного туризма, музеи, этнокультурные комплексы и объекты этнотуризма — винные заводы, локальные винодельни и усадьбы. Большое количество отзывов имеют объекты лечебно-оздоровительного отдыха: санатории, базы отдыха с горячими источниками предгорий Адыгеи и Краснодарского края и с бассейнами. Природные аттракторы и связанные с ними аттракторы активного туризма (горные вершины, каньоны, скальные массивы для скалолазания или участки рек для сплавов)

оцениваются реже, т. к. они в анализируемых поисково-информационных картографических системах часто отсутствуют или не имеют названия в силу меньшей детализации территорий вне населенных пунктов (рис. 2).

В крупных городах (Краснодар, Сочи, Анапа, Ростов-на-Дону, Таганрог, Азов) сконцентрированы объекты городского туризма большой вместимости, новые масштабные объекты благоустройства, интерактивные музеи и этнокомплексы, рассчитанные в т. ч. для рекреации местных жителей. Здесь же концентрируются архитектурные памятники федерального значения в стиле русского классицизма и советского неоклассицизма. В Сочи и других черноморских курортных городах — в стиле модерна, неоромантизма, сталинского ампира, конструктивизма.

Текущее состояние аттракторов

По результатам оценки текущего состояния 54 % аттракторов получили средний балл или ниже среднего (рис. 3).



Рис. 3. Доля аттракторов по результатам оценки блока «текущее состояние»
Fig. 3. The proportion of attractors based on the results of the evaluation of the “current state” block

По количеству фотографий лидируют природные объекты, что объясняется их высокой визуальной и эстетической привлекательностью. При этом количество отзывов по ним значительно меньше, чем по культурно-познавательным аттракторам (рис. 4).

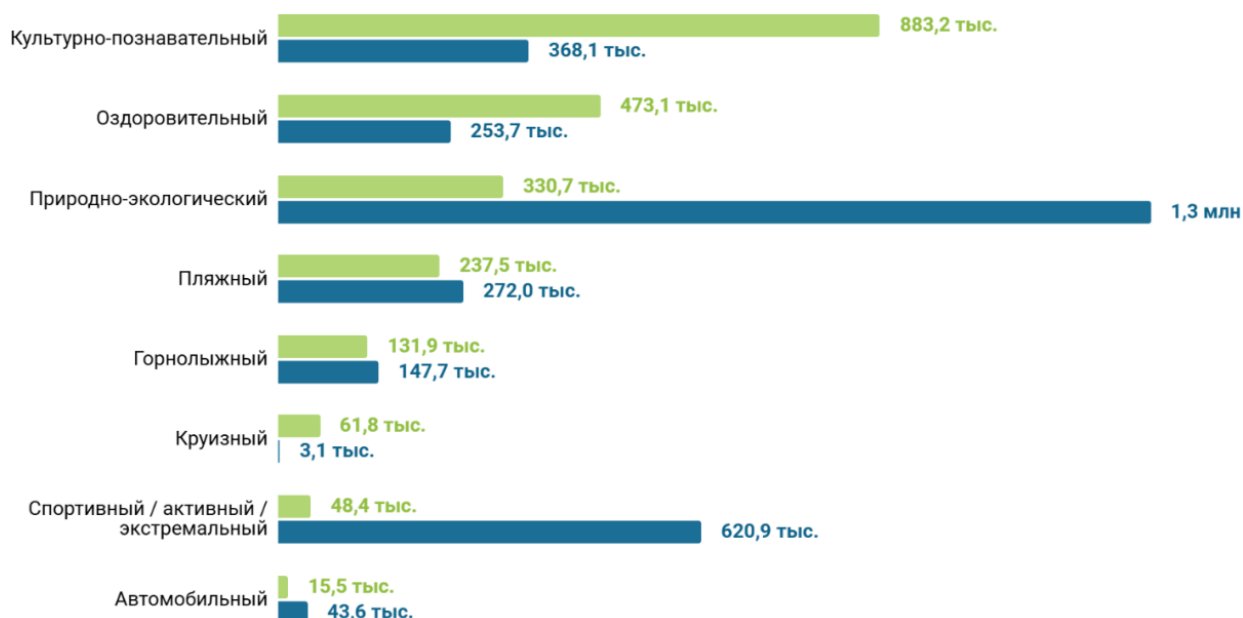


Рис. 4. Количество фотографий (синий цвет) и отзывов (зеленый цвет) у аттракторов по видам туризма
Fig. 4. Number of photos (blue) and reviews (green) of attractors by types of tourism

Наиболее высокие оценки визуального облика получили природные точки притяжения Республики Адыгея и Краснодарского края, частные этнокультурные комплексы Ростовской обл., объекты олимпийского наследия Сочи и Красной поляны. Наиболее низкие оценки — у пляжей, неблагоустроенных грязевых и водных месторождений, объектов благоустройства малых населенных пунктов (парки, набережные, площади, беседки, смотровые).

Среди аттракторов активного туризма чаще всего фотографируют приют Фишт, горы Тхачи и Ачешбоки, среди культурно-познавательных — аттракторы прибрежных городов: Олимпийский парк, морской вокзал, Приморский парк в Сочи, городской парк в Анапе, городская набережная в Геленджике, набережная в Ростове-на-Дону.

В целом на исследуемой территории отмечается высокая доля негативных оценок после посещения туристических аттракторов (негативный пользовательский опыт). Чаще всего это касается менее благоустроенной и подверженной природным загрязнениям части черноморского побережья от Туапсе до Анапы и Азовского побережья (низкий уровень сервиса, «цветение» воды, распространение медуз, устаревшие элементы инфраструктуры).

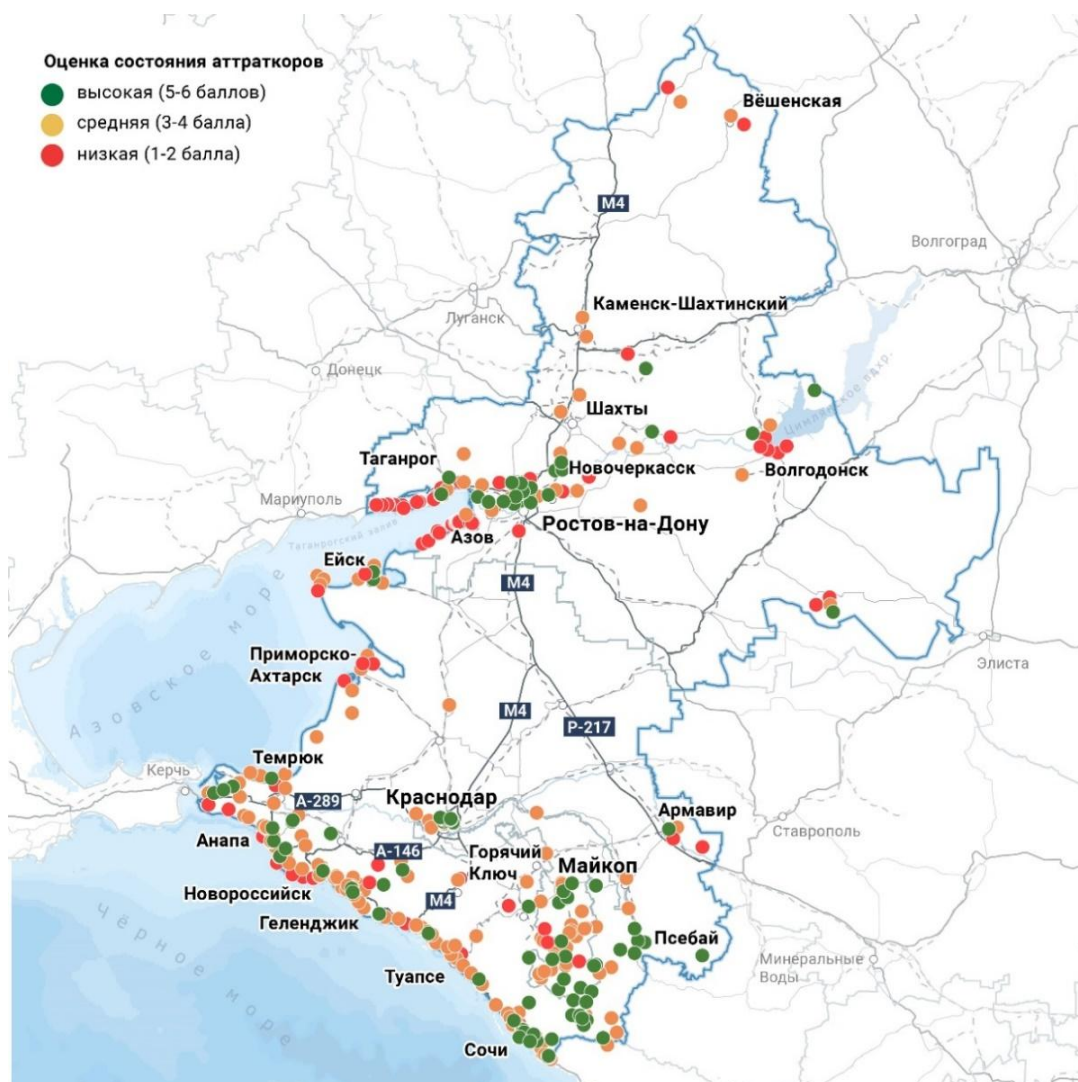


Рис. 5. Текущее состояние аттракторов. Суммарные значения баллов по 2 параметрам: «визуальный облик» и «пользовательский опыт»

Fig. 5. Current state of attractors. Total scores for 2 parameters: “visual appearance” and “user experience”

Сочетание высоких оценок визуального облика вместе с высоким пользовательским опытом получают объекты Олимпийского наследия Красной поляны и Сочи, частные культурно-познавательные организации: «Этнохутор Тихий Дон», «Кумжа» или «Маяк поселка Мержаново» и винодельческие комплексы Западного Причерноморья и долины Дона. Такие объекты, конкурируя за туриста, отличаются оригинальностью подачи материалов, высокой квалификацией персонала, широким набором услуг.

Доступность аттракторов

Аттракторов, расположенных в пешеходной доступности от основных осей транзита туристов, на анализируемой территории мало. Большая их доля сосредоточена вокруг крупных городов — Ростова-на-Дону, Краснодара, Каменск-Шахтинского, Шахт, Новочеркасска. На больших расстояниях (>200 км) вдоль основных осей транзита туристов (М4 «Дон», А 289, Р-217, Р-260) отсутствуют значимые аттракторы (рис. 6).

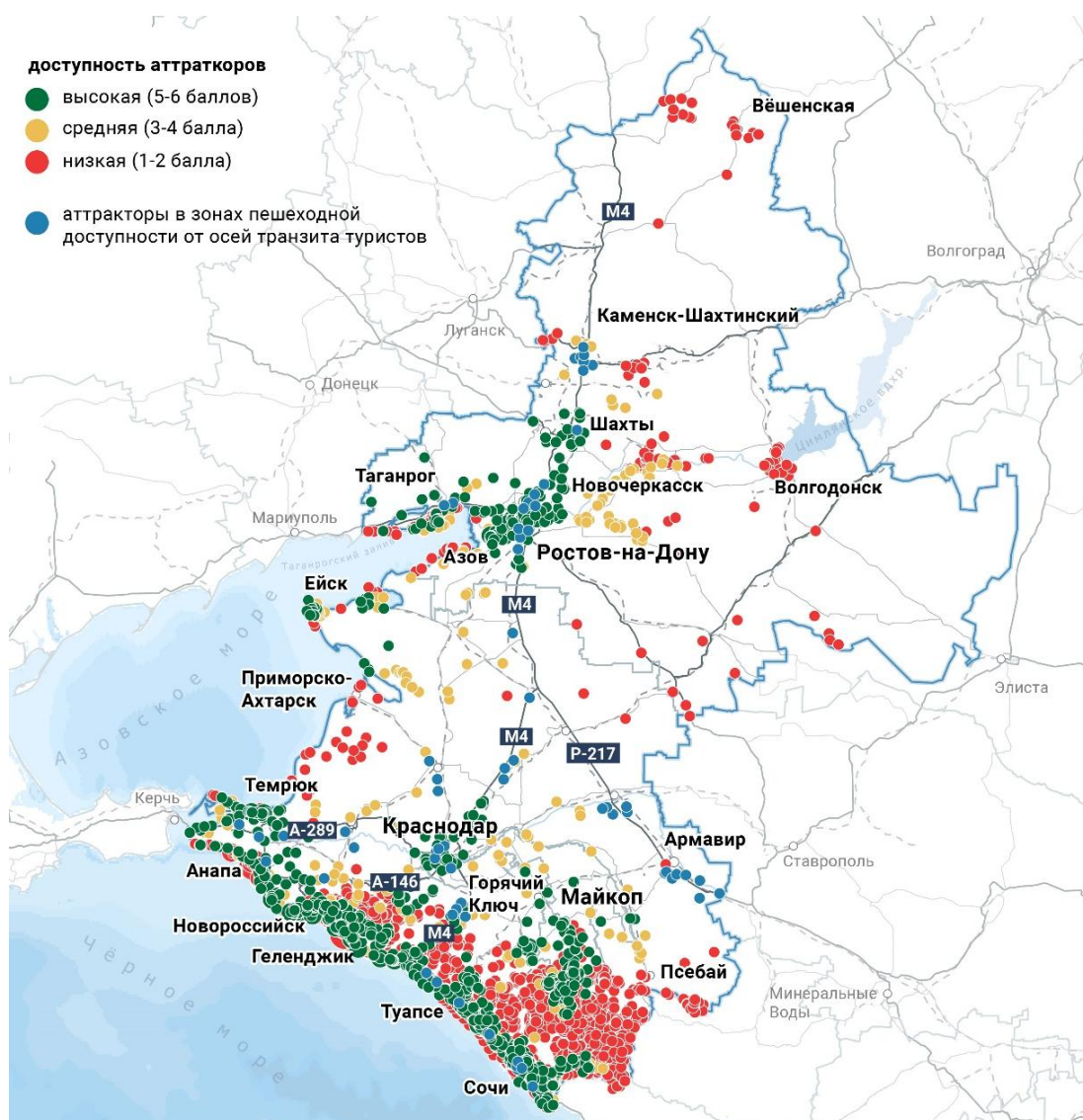


Рис. 6. Доступность аттракторов. Суммарные значения баллов по 2 параметрам: «расстояние от осей транзита туристов» и «транспортная доступность»
Fig. 6. Accessibility of attractors. Total scores for 2 parameters: “distance from tourist transit axes” and “transport accessibility”

В связи с высокой плотностью населения и развитой сетью автомобильных дорог транспортная доступность аттракторов на Юге России высокая: более половины (63 %) расположены в зоне часовой доступности от опорных туристических центров (рис. 7).



Рис. 7. Доля аттракторов по результатам оценки блока «доступность»
Fig. 7. The proportion of attractors based on the results of the assessment of the “Accessibility” block

Менее доступны природные точки притяжения степных территорий Ростовской обл., Азовского побережья и горных территорий ввиду отсутствия автомобильных дорог любой категории и более низкой плотности населения.

Уровни современного использования туристических аттракторов

Первый уровень (12–18 баллов) — высокий. Наиболее востребованные, уже сейчас известные в России, входят в самые популярные маршруты крупных туроператоров, имеют несколько тысяч отзывов и оценок на электронных online-картах. Они выступают целью самой поездки туристов и формируют туристический каркас всей макротерритории. Места с такими точками притяжения имеют наибольшие значения туристического потока, высокую антропогенную нагрузку на природные ландшафты. Причины их высокой оценки — масштабность, благоприятный визуальный облик, хорошая транспортная доступность, положительные оценки пользователей, а значит, и благоприятный опыт посещения. К категории наиболее востребованных относится всего 3 % туристических аттракторов Краснодарского края, Ростовской обл. и Республики Адыгея (рис. 8).

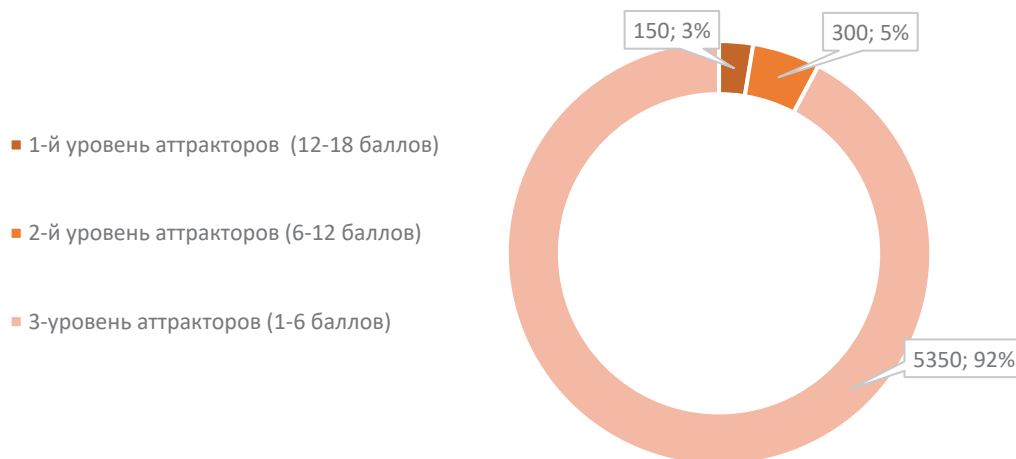


Рис. 8. Количество аттракторов по уровням туристического потенциала
Fig. 8. Number of attractors by level of tourism potential

Второй уровень (6–12 баллов) — средний. Сюда входят менее популярные на всероссийском уровне точки притяжения, но часто посещаемые туристами из соседних регионов или жителями макротерритории. Их реже предлагают крупные туроператоры, но чаще — местные эксперты и экскурсоводы. Могут являться промежуточной точкой маршрута (находятся на оси транзита туристов). Интегральную оценку у таких аттракторов

снижает одна из составляющих, например отрицательный пользовательский опыт (низкие оценки пользователей в связи с плохим качеством сервиса) при высоком показателе значимости и визуального облика.

Третий уровень (0–6 баллов) — точки меньшего потенциала притяжения туристов, но не без его отсутствия. Они не являются главной целью поездки, посещаются «проездом» или местными жителями в качестве рекреации в выходные или праздничные дни. Чаще всего это объекты природно-экологического туризма с высокой долей природных (водопады, пещеры и т. д.) и культурно-познавательных (дольмены) точек притяжения, которые часто находятся в труднодоступных местах (высокогорьях, степях), аттракторы в малых городах и сельских населенных пунктах вне основной туристической полосы (Черноморское побережье) и транзита туристов (М4 «Дон»), которым административно уделяются недостаточное внимание и бюджет для благоустройства. При условии развития отдельных показателей оценки они могут стать аттракторами регионального или даже макрорегионального уровней, важны для развития малых городов и сельских населенных пунктов.

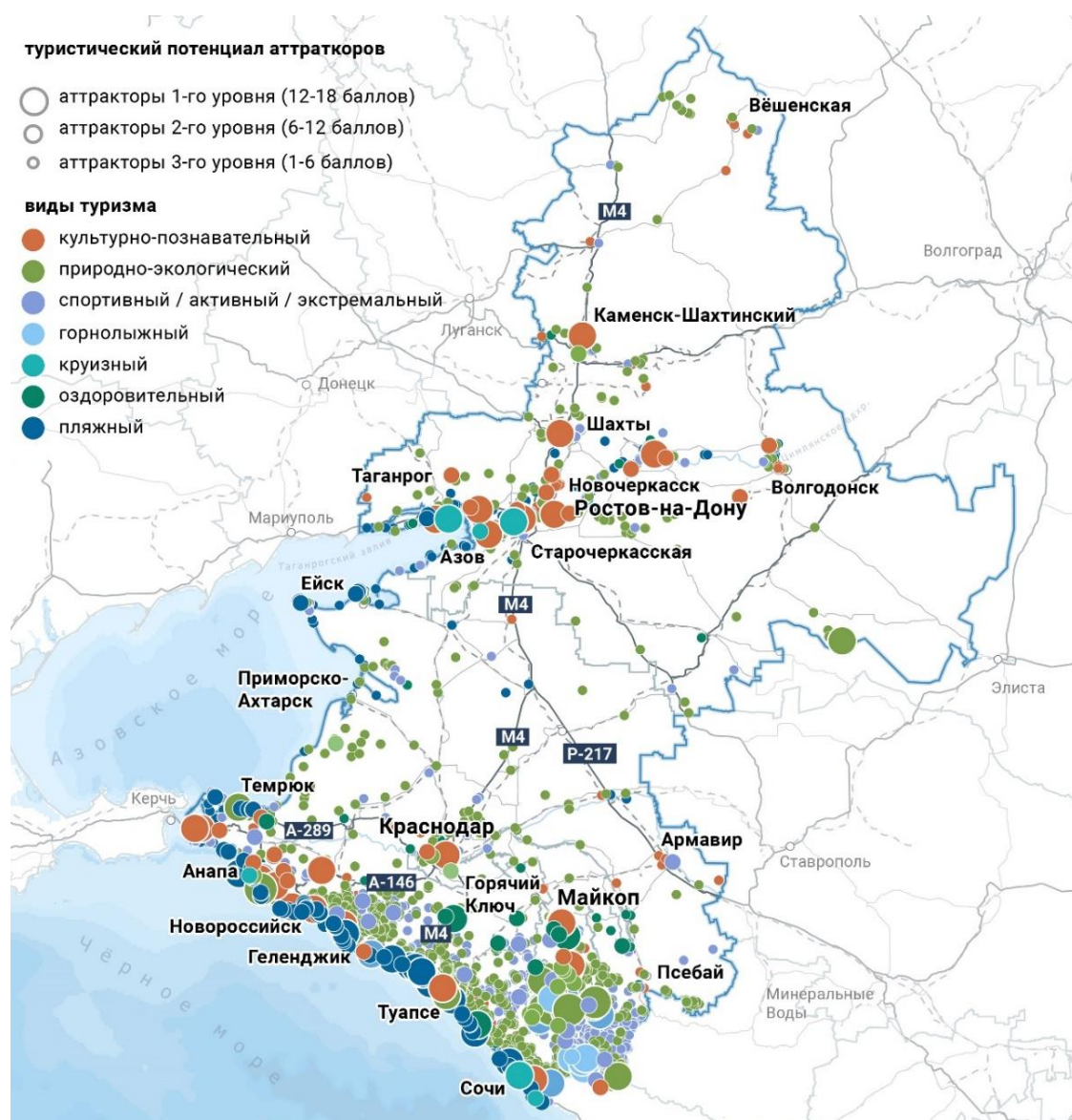


Рис. 9. Интегральная оценка аттракторов по видам туризма
Fig. 9. Integral assessment of attractors by types of tourism

Доля аттракторов с высоким потенциалом выше в Краснодарском крае, с низким — в Ростовской обл. (рис. 9). Большое скопление аттракторов с низким потенциалом вокруг нескольких с высоким усиливает привлекательность местности и маршрутов, формируя туристические кластеры, которые обслуживаются опорными туристическими центрами.

ВЫВОДЫ

Оценка туристических ресурсов — важнейший механизм (этап) в процессе планирования развития туризма, как «вглубь» (диверсификация туристического предложения), так и «вширь» (вовлечение новых территорий). Один из действенных инструментов выявления ресурсов — оценка потенциала туристических аттракторов. Данные о них не имеют прямых источников из-за разных по происхождению, конфигурации и масштабу объектов, разной ведомственной принадлежности (например, ООПТ — Министерство природных ресурсов; объекты культурного наследия — Министерство культуры, объекты развлечений — инвесторы, пляжи — администрации муниципальных образований и т. д.). При этом имеется множество косвенных каналов, в т. ч. большие данные популярных поисково-информационных картографических систем, через которые можно осуществлять их выявление и оценку.

Проведенное исследование позволило сформировать обширную базу данных (с географической привязкой) туристических аттракторов Краснодарского края, Ростовской обл. и Республики Адыгея. Разработанная методика выявления и оценки точек притяжения дала возможность: во-первых — установить их значимость, во-вторых — оценить текущее состояние, в-третьих — определить доступность.

Основной итог — распределение аттракторов по уровням их современного использования (высокий, средний, низкий). При осуществлении соответствующих мероприятий (улучшение транспортной доступности, благоустройство, популяризация и т. п.) уровень использования аттрактора может измениться, точка притяжения местного уровня может стать популярной на региональном уровне, а регионального — во всей России или в пределах макротерритории.

Таким образом, выявление и оценка туристических аттракторов — важный элемент стратегического и территориального планирования развития туризма на конкретных территориях. Анализ туристического потенциала с помощью оценки аттракторов позволяет объяснять пространственные эффекты распределения существующих и планируемых туристических потоков, выявить новые перспективные направления развития, где сегодня имеются аттракторы с высоким потенциалом, но низким туристическим потоком. При улучшении сервиса и благоустройства прилегающих к аттракторам территорий возрастает потенциал вовлечения новых точек притяжения в туристические продукты для расширения сценариев пребывания и форматов путешествий, развития ключевых и новых видов туризма, сглаживания сезонности и увеличения возвратности туристического потока.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

- Зорин И. В., Квартальнов В. А.* Энциклопедия туризма. М.: Финансы и статистика, 2003. 364 с.
- Каширина Е. С., Новиков А. А., Тикунова И. Н., Шабалина Н. В.* ГИС-технологии в формировании модели развития туризма в Орлиновском муниципальном округе г. Севастополя. ИнтерКарто. ИнтерГИС. Материалы Международной конференции. М.: МГУ, Географический факультет, 2023. Т. 29. Ч. 2. С. 382–395. DOI: 10.35595/2414-9179-2023-2-29-382-395.
- Климанова О. А., Илларионова О. А., Климанов В. В.* Природные туристские аттракторы в регионах России: методика анализа и пространственное распределение. Региональные исследования, 2023. № 2(80). С. 66–78. DOI: 10.5922/1994-5280-2023-2-6.

Махмудов Р. К., Верозуб Н. В., Проскурин В. С. Методика геоинформационного картографирования природно-рекреационных ресурсов Северного Кавказа для развития туризма. *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Материалы Международной конференции.* М.: МГУ, Географический факультет, 2020. Т. 26. Ч. 3. С. 404–415. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-404-415.

Рыгалова М. В., Рыгалов Е. В. Возможности изучения туристического потенциала региона средствами ГИС-технологий. *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Материалы Международной конференции.* М.: МГУ, Географический факультет, 2020. Т. 26. Ч. 3. С. 359–366. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-359-366.

Свиридонова Е. П., Гуня А. Н. Туристско-рекреационное районирование территории Республики Адыгея на геоинформационной основе. *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Материалы Международной конференции.* М.: МГУ, Географический факультет, 2022. Т. 28. Ч. 2. С. 499–509. DOI: 10.35595/2414-9179-2022-2-28-499-509.

Тесленок К. С., Тесленок С. А., Терешкин И. П., Дмитриев П. С. Возможности использования сервиса Google (Мои карты) для картографической визуализации туристических маршрутов. *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Материалы Международной конференции.* М.: МГУ, Географический факультет, 2021. Т. 27. Ч. 2. С. 379–393. DOI: 10.35595/2414-9179-2021-2-27-379-393.

Шеремет Э. А., Калуцкова Н. Н. Использование ГИС-технологий для оценки ландшафтного разнообразия туристических маршрутов на территории Катон-Карагайского национального парка. *ИнтерКарто. ИнтерГИС. Материалы Международной конференции.* М.: МГУ, Географический факультет, 2020. Т. 26. Ч. 3. С. 334–348. DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-334-348.

Baggio R., Sainaghi R. Complex and Chaotic Tourism Systems: Towards a Quantitative Approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2011. No. 3. P. 840–861.

Mattsson J., Sundbo J., Fussing-Jensen C. Innovation Systems in Tourism: The Roles of Attractors and Scene-Takers. *Industry & Innovation*, 2005. V. 12. Iss. 3. P. 357–381.

Ritchie J. R. B., Crouch G. I. Core Resources and Attractors: The Essence of Destination Appeal. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective.* Wallingford UK: CABI Publishing, 2003. P. 110–129.

REFERENCES

Baggio R., Sainaghi R. Complex and Chaotic Tourism Systems: Towards a Quantitative Approach. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 2011. No. 3. P. 840–861.

Kashirina E. S., Novikov A. A., Tikunova I. N., Shabalina N. V. GIS Technologies in Shaping the Model of Tourism Development in the Orlinovskiy Municipal District of Sevastopol. *InterCarto. InterGIS. Proceedings of the International Conference.* Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 2023. V. 29. Part 2. P. 382–395 (in Russian). DOI: 10.35595/2414-9179-2023-2-29-382-395.

Klimanova O. A., Illarionova O. A., Klimanov V. V. Natural Tourist Attractors in the Regions of Russia: Analysis Methods and Spatial Distribution. *Regional Research*, 2023. No. 2(80). P. 66–78 (in Russian). DOI: 10.5922/1994-5280-2023-2-6.

Makhmudov R. K., Verozub N. V., Proskurin V. S. Methodology of Geoinformation Mapping of Natural and Recreational Resources of the North Caucasus for Tourism Development. *InterCarto. InterGIS. Proceedings of the International Conference.* Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 2020. V. 26. Part 3. P. 404–415 (in Russian). DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-404-415.

Mattsson J., Sundbo J., Fussing-Jensen C. Innovation Systems in Tourism: The Roles of Attractors and Scene-Takers. *Industry & Innovation*, 2005. V. 12. Iss. 3. P. 357–381.

Ritchie J. R. B., Crouch G. I. Core Resources and Attractors: The Essence of Destination Appeal. *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. Wallingford UK: CABI Publishing, 2003. P. 110–129.

Rygalova M. V., Rygalov E. V. Possibilities of Studying the Tourist Potential of the Region by Means of GIS Technologies. *InterCarto. InterGIS. Proceedings of the International Conference*. Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 2020. V. 26. Part 3. P. 359–366 (in Russian). DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-359-366.

Sheremet E. A., Kalutskova N. N. The Use of GIS Technologies to Assess the Landscape Diversity of Tourist Routes in the Katon-Karagai National Park. *InterCarto. InterGIS. Proceedings of the International Conference*. Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 2020. V. 26. Part 3. P. 334–348 (in Russian). DOI: 10.35595/2414-9179-2020-3-26-334-348.

Sviridonova E. P., Gunya A. N. Tourist and Recreational Zoning of the Territory of the Republic of Adygea on a Geoinformation Basis. *InterCarto. InterGIS. Proceedings of the International Conference*. Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 2022. V. 28. Part 2. P. 499–509 (in Russian). DOI: 10.35595/2414-9179-2022-2-28-499-509.

Teslenok K. S., Teslenok S. A., Tereshkin I. P., Dmitriev P. S. Possibilities of Using Google (My Maps) Service for Cartographic Visualization of Tourist Routes. *InterCarto. InterGIS. Proceedings of the International Conference*. Moscow: Lomonosov Moscow State University, Faculty of Geography, 2021. V. 27. Part 2. P. 379–393 (in Russian). DOI: 10.35595/2414-9179-2021-2-27-379-393.

Zorin I. V., Kvartalnov V. A. *Encyclopedia of Tourism*. Moscow: Finance and Statistics, 2003. 364 p. (in Russian).
