

УДК 338.48

DOI: 10.21209/2227-9245-2021-27-10-114-122

ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ НА УРАЛЕ: СТРАТЕГИЯ РАЗВИТИЯ**ECOLOGICAL TOURISM IN THE URALS: DEVELOPMENT STRATEGY**

Н. П. Тарханова,
Южно-Уральский
государственный университет
(НИУ), г. Челябинск
tanape@mail.ru



N. Tarkhanova,
Ural State University (national
research UNIVERSITY), Chelyabinsk

В. А. Романов,
Северо-Кавказский институт
(филиал) Российской академии
народного хозяйства и
государственной службы при
Президенте Российской
Федерации, г. Пятигорск
rv-ilc@mail.ru



V. Romanov,
North Caucasus Institute (branch) of
RANEPA, Pyatigorsk

В мире стремительно возрастает спрос на экологический туризм. В планах правительства повысить посещаемость природоохраняемых территорий. С этой целью необходимо выбрать новые локации и уделить внимание стратегии развития экологического туризма в регионах. На Урале имеется большое количество таких территорий. Это национальные парки: Югыд-Ва, Припышминские боры, Оленьи Ручьи, Таганай. Все они показывают устойчивый рост посещаемости. Ковидные ограничения, безусловно, отрицательно сказались на посещении, однако их можно использовать для дополнительного позиционирования внутреннего туризма экологической направленности. Для этого необходимо знать потенциальных потребителей. Ими могут быть не только жители сопредельных территорий, но и иностранные туристы. Решить задачи развития экологического и приключенческого туризма на Урале можно за счет создания доступной и комфортной среды; повышения качества, безопасности и конкурентоспособности продуктов, формируемых в области экологического и приключенческого туризма; продвижения турпродукта на рынках внутреннего и международного туризма. Механизм решения поставленных задач видится в создании современной инфраструктуры, в том числе и на территории национальных парков с привлечением частных инвесторов. Необходимо обеспечить системность развития туристских объектов, предложить широкий спектр туров, ориентированных на разные целевые группы. В настоящее время многие территории делают ставку на развитие туризма. Как показал анализ программ развития туризма, они недостаточно системны, имеют завышенные показатели отдачи. Разработка критериев результативности проектов и формирование бизнес-моделей, ориентированных на профильные предприятия либо на несколько профильных или неразвитых территорий, является задачей первостепенной важности. В туризме велик риск невозврата капитала, что может сдерживать потенциальных инвесторов. Туризм не способен решить все проблемы региона. Однако (с учетом современных тенденций) он может быть одной из точек роста экономики и притока инвестиций

Ключевые слова: национальные парки; экологический туризм; инфраструктура парка; локации; доходы от туризма; инвестиции; ассортимент туров; качество и конкурентоспособность туристского продукта; стратегия развития; критерии результативности

The demand for eco-tourism is increasing in the world. The government plans to increase the attendance of protected areas. Due to this goal it is necessary to choose new locations and pay attention to the development strategy of eco-tourism in the regions. There is a sufficient number of such territories in the Urals. These are national parks: Yugyd-Va, Pripyshminsky forests, Deer Streams, Taganay and all show a steady increase in attendance. Covid restrictions without doubt have negatively affected their visit, but they can be used for additional positioning of domestic tourism of an ecological orientation. To do this, one needs to know the potential consumer. They can be not only residents of neighboring territories, but also foreign tourists. The ways to solve the problems of ecological tourism development in the Urals are possible through: creating an accessible and comfortable environment for tourism development, improving the quality, safety and competitiveness of products formed in the

field of ecological and adventure tourism, promoting tourist products in the domestic and international tourism markets. The mechanisms for solving the tasks set are seen in the creation of modern infrastructure, including on the territory of national parks with the involvement of private investors. It is necessary to ensure the systematic development of tourist facilities, offer a wide range of tours aimed at different target groups. At the moment, many territories are betting on the development of tourism. As the analysis of the programs has shown, they are not sufficiently systematic; they have overestimated the return on tourism. As a consequence, the issue of developing performance criteria for certain projects and the formation of different business models focused either on specialized enterprises or on several specialized or undeveloped territories are paramount. After all, there is a high risk of non-return of capital in tourism. This may stop potential investors. It would not be correct to assume that tourism can solve all the problems of the region, but taking into account current trends, it can be one of the points of economic growth and investment inflow

Key words: national parks; ecotourism; park infrastructure; locations; tourism revenues; investments; range of tours; quality and competitiveness of a tourist product; development strategy; performance criteria

Введение. Доля туризма в мировом ВВП составляет 10,4 %. В долларовом эквиваленте это 8,3 трлн долл. США. При этом в государствах - членах Организации экономического сотрудничества и развития за 2018 г., туризм принес в среднем 4,2 % в валовой внутренний продукт; 6,9 % – в занятость; 21,7 % – в объем экспорта [6].

В рамках стратегии по развитию туризма в РФ обращается внимание на внутренний и въездной туризм. Спрос на разные виды туризма на разных территориях различается. Однако очевидным является факт повышенного интереса к экологическому туризму, что объясняется ухудшением экологической ситуации как в мире, так, в частности, и на территории РФ, увеличением числа жителей урбанизированных территорий. Доля экологического туризма составляет 25 % от мирового рынка туристских услуг [9].

В планах правительства – к 2024 г. увеличить количество посетителей особо охраняемых природных территорий (ООПТ) до 10,3 млн человек. В 2019 г. их было 8 млн человек. Это ставит на повестку дня вопросы поиска дестинаций и разработки стратегии развития экологического туризма на отдельно взятых территориях. В силу удобного расположения между европейской и азиатской частями и высоким уровнем урбанизации мы обратили внимание на Уральский регион.

Объект исследования – Уральский регион.

Предмет исследования – стратегии развития экологического и приключенческого туризма.

Цель исследования – научно обосновать рациональность и состоятельность создания

инфраструктуры для развития экологического и приключенческого туризма.

Задачи исследования:

– охарактеризовать перспективные районы экологического и приключенческого туризма на Урале;

– предложить варианты развития туризма с целью увеличения вклада в региональную экономику.

Результаты исследования. Рассмотрены территории, расположенные в пределах Северного, Среднего и Южного Урала. В исследовательское поле вошли лишь наиболее крупные и посещаемые локации. Это Печоро-Ильчский заповедник и национальный парк Югд-Ва на севере Урала, на Среднем Урале – национальные парки: Оленьи ручьи, Припышминские боры, Река Чусовая, Таганайский национальный парк (в пределах Южного Урала).

Динамика посещений национального парка Югд-Ва позволяет утверждать, что со стороны туристов неуклонно повышается спрос на экскурсии как в пределах парка, так и Печоро-Ильчского заповедника. Так, за 2015–2018 гг. турпоток в Печоро-Ильчский заповедник увеличился в 1,5 раза. Число иностранных туристов тоже растет: в 2015 г. их было 100; в 2018 г. – 158 [5].

В 2019 и 2020 гг. на 20 % снизился поток туристов в КОМИ, что связано с ковидными ограничениями [3]. Тем не менее, в 2020 г. только за посещение парка получено более 2 млн р.

На Среднем Урале увеличилась посещаемость природного парка «Оленьи Ручьи» более чем в три раза: с 39000 человек в 2015 г. до

120 000 человек в 2020 г. Этому способствовало закрытие границ и переориентирование потока на внутренний туризм. Парк только за посещение получил 2,5 млн р. (2020 г.), и за этот же период заработал 14...15 млн р. Плата за вход – только малая часть доходов парка. С 1999 г. доходы возросли в 10 раз [1].

Высок уровень динамики посещений природного парка «Бажовские места». Число посещений за пять последних лет выросло на 58 800 человек. Это объясняется близостью к областному центру и эпидемиологической ситуацией [7]. Только за вход на территорию парка получено более 1,5 млн р.

«Припышминские боры», хотя и повысили посещаемость с 3000 человек в 2016 г. до 20 000 в 2020 г., имеют невысокие показатели посещаемости [7]. В то же время только за вход на территорию парка получено более 6 млн р. (на 2020 г.).

Устойчивый рост посещаемости показывает национальный парк Таганай: с 26315 человек в 2010 г. до 176525 в 2020 г. Таким образом, прирост за 10 лет увеличился более чем в шесть раз [8]. Только за посещение парка Таганай получает более 19 млн р. (на 2020 г.). По доходам, приносимым в бюджет, Таганай занимает третье место. Приведенные показатели не отражают реальной картины доходов, т. к. парки оказывают и другие виды услуг.

Чтобы территории парков не испытывали недостатка в посетителях, необходимо знать потенциальных потребителей.

Для территории Урала потенциальными потребителями туров экологической и приключенческой направленности могут быть:

– жители Свердловской, Челябинской областей и Пермского края. В силу урбанизированности территорий высок интерес к отдыху на природе;

– жители Курганской, Тюменской областей, Республики Башкортостан, т.е. прилегающих территорий в радиусе 500 км. Это могут быть туры выходного дня с активными способами передвижения, загородный отдых;

– жители других регионов, например, Центральной России. Этой группе потребителей будут интересны туры с активными

способами передвижения: зимние туры на снегоходах, сплавы, минералогические туры;

– иностранные граждане. Среди них будут востребованы приключенческие туры разной тематики, в том числе минералогические и экологические в силу необычности природных достопримечательностей. В то же время это самый сложный сегмент и выход на него сопровождается высокими рисками. Однако он наиболее привлекателен по доходам, повышению имиджа региона и, как следствие, инвестиционной привлекательности.

Планируя туры, необходимо обращать внимание на их продолжительность и сложность. Если ориентироваться на широкий круг потребителей, то туры следует проектировать таким образом, чтобы неподготовленные туристы могли сойти с маршрута из любой точки.

Необходимо проложить маршрут по типу Ликийской тропы в Турции, который пройдет по наиболее интересным местам разных национальных парков Северного, Среднего и Южного Урала. Он может быть продлен в Оренбургскую область.

Важным является не только формирование туров по Уралу, но и их предложение: туры в национальные парки предлагают немногие фирмы (20). Территориально они расположены в Екатеринбурге, Челябинске, Перми, Печоре, Вуктыле, Тюмени, Самаре, Нижнем Новгороде, Москве, Санкт-Петербурге.

При этом по территории многих парков представлены не только туры, но и экскурсии (национальные парки «Таганай» и «Зюраткуль»; природные парки «Оленьи Ручьи» и «Припышминские боры»). Продолжительность туров может быть от 1 до 14 дней. По сложности маршруты также различаются, они могут быть от 1-й до 4-й категории. В широких пределах изменяется и стоимость: от 1500 до 1950 р. для экскурсий и от 4900 до 21400 р. за туры.

Разработка стратегии развития предполагает проведение SWOT анализа (табл. 1).

Реализация стратегии развития экологического и приключенческого туризма на Урале возможна посредством решения ряда задач, представленных в табл. 2.

Таблица 1 / Table 1

*SWOT анализ для развития экологического и приключенческого туризма на Урале /
SWOT analysis for the ecological and adventure tourism development in the Urals*

Сильные стороны / Strengths	Слабые стороны/ Weaknesses
1. Удобное географическое положение: на стыке Европы и Азии	1. Удаленность от основных турцентров, известных внутренним и иностранным туристам
2. Большое число точек притяжения туристов, путешествующих с экологическими и приключенческими целями в пределах особо охраняемых территорий. Возможность генерации продукта с учетом средового подхода	2. Отсутствие информации по объектам, в том числе на иностранном языке. Проблемы утилизации отходов. Не сформирован единый туристский бренд Урала. Сложности отбора объектов культурно-познавательной направленности для иностранных туристов
3. Высокая транспортная доступность. Наличие аэропортов в шести городах. Хорошо развитая сеть железнодорожных и автомобильных трасс	3. Сложная логистика при посещении удаленных территории (национальный парк Югд-Ва»)
4. Наличие инфраструктуры в пределах национальных парков	4. Комфортность средств размещения не соответствует требованиям внутренних и иностранных туристов
5. Разработаны маршруты	5. Разработка маршрутов с учетом разной степени подготовленности туристов
Возможности / Opportunities	Угрозы/ Threats
1. Фактор интереса к новым объектам 2. Увеличивающийся поток туристов Обмен потоками с соседними регионами при условии продвижения бренда 3. Позиционирование на рынке как уникальной территории 4. Выделение средств на обустройство 5. Разработка разных по продолжительности новых маршрутов пребывания с включением новых объектов	1. Конкуренция со стороны известных брендов, расположенных в центральной части и на северо-западе России 2. Фактор сезонности при посещении территорий, неблагоприятные природные условия. Низкий уровень коммерциализации при использовании ресурсов парков 3. Безопасность при осуществлении транспортных перевозок на территориях национальных парков ввиду плохих или неприспособленных дорог 4. Проблемы правового характера при строительстве инфраструктуры, в том числе с привлечением частных инвесторов. Не отвечающий современным требованиям комфортности уровень благоустройства объектов показа и инфраструктуры. Территориальный разброс инфраструктуры 5. Наличие территорий с очагами клещевого энцефалита на территориях парков и заповедников. Низкий уровень обеспечения безопасности при проведении туров с активными способами передвижения. Проблемы при подготовке персонала, осуществляющего руководство группой на маршруте. Недостаточная степень развития туристских продуктов, объединяющих разные виды туров. Проблемы рекреационной нагрузки на природные комплексы, вовлекаемые в процесс использования

Источник: собственные результаты

Таблица 2 / Table 2

*Решение задач развития экологического и приключенческого туризма на Урале /
Solving the problems of ecological and adventure tourism development in the Urals*

№ п/п	Мероприятия / Events	Результат / Result	Показатели / Indicators
1. Создание доступной и комфортной среды для развития туризма			
1	Развитие кластерного подхода	Создание кластеров на территории Свердловской, Челябинской областей и Пермского края	Количество туристов
2	Развитие туристской инфраструктуры (транспортной, размещения и др.)	Субсидии на уровне муниципалитетов для развития туристской инфраструктуры	Объем платных услуг
3	Благоустройство на особо охраняемых природных территориях	Обустройство троп, маршрутов	Количество посещений, объем платных услуг

Окончание табл. 2

№ п/п	Мероприятия / Events	Результат / Result	Показатели / Indicators
2. Повышение качества, безопасности и конкурентоспособности продуктов, формируемых в области экологического и приключенческого туризма			
4	Создание новых турпродуктов по известным и не представленным ранее объектам	Ежегодное внедрение на рынок не менее 3 туров	Ассортиментный ряд туров экологической и приключенческой направленности, комбинированных туров
5	Создание центров квалификаций	Разработка требований к квалификации и подготовка экскурсоводов, проводников, работников турфирм; осуществления мониторинга потребностей в кадрах данной направленности; повышение уровня качества оказываемых услуг на маршрутах	Численность сотрудников: проводников, экскурсоводов; доля организаций, сотрудники, которых прошли повышение квалификации по вопросам безопасности и качества предоставляемых услуг
3. Продвижение турпродукта на рынках внутреннего и международного туризма			
6	Участие в международных, региональных российских мероприятиях туристской тематики	Презентация турпродуктов экологической приключенческой направленности	Численность туристов, приезжающих по направлениям экологической и приключенческой тематики
7	Продвижение в сети Интернет	Узнаваемость территории Урала на внутреннем и международном рынках	Увеличение турпотока, в т. ч. за счет электронных продаж
8	Поддержка общественных и некоммерческих организаций, участвующих в развитии туризма	Субсидирование инициатив некоммерческих организаций, связанных с развитием туров экологической и приключенческой тематики	Число посещений, размещений, предоставления услуг туризма

Источник: собственные результаты

Стратегия развития рассчитана на долгосрочный период, поэтому механизмы решения поставленных задач заслуживают пристального внимания.

Создание инфраструктуры, в том числе в пределах кластеров, весьма дорогостоящее мероприятие, поэтому вопросы софинсирования являются актуальными. Для снижения расходов необходимо, прежде всего, обратить внимание на имеющийся потенциал, выявить территории, которые наиболее готовы к приему туристов, провести инвентаризацию имеющихся объектов инфраструктуры и определить перспективные для первоочередного финансирования, создать «портфель инвестиционных проектов» и активно работать с инвесторами. Это позволит поднять престиж территории с позиции финансовой

привлекательности, учитывать механизмы государственного частного партнерства¹. Необходимо обеспечить системность развития туристских объектов. В настоящее время налицо разобщенность административного характера. Все территории пытаются развивать туризм, разрабатывают программы, которые остаются нереализованными из-за отсутствия финансирования, грамотного управления и взаимодействия между отдельными субъектами. При реализации стратегии развития важно понимать, что территории должны развиваться в комплексе, поэтому необходимо взаимодействовать с органами местного самоуправления и учитывать, что при посещении некоторых удаленных территорий транспортная инфраструктура должна обеспечивать удобное сообщение и каче-

¹ Kosheleva T. N., N. P. Tarkhanova, Vasilchikov A. V., Ksenofontova T. Y. Public-Private Partnership as an Instrument for Regional Entrepreneurial Development // JARDCS-IASR(TJPRC) – Journal of Advanced Research in Dynamical and Control Systems (ISSN1943023X-United States-Scopus), 00, 602794.

ственный придорожный сервис, так как часть туристов предпочитает самостоятельно путешествовать, используя автомобиль. Это ставит на повестку дня создание в пределах кластеров, например, автокемпингов. Следует активно привлекать местных предпринимателей. Силами малого бизнеса можно решить отдельные проблемы, появляющиеся по мере развития территорий. Количество посещений напрямую зависит от комфортности национального парка или заповедника.

Наличие удобной инфраструктуры должно быть обеспечено и на территории парков. Посетители национальных парков указывают на низкий уровень организации размещения, питания, оказания дополнительных услуг.

Важным аспектом работы является формирование туристского продукта разной направленности. Это могут быть пешие, водные, лыжные, снегоходные, велосипедные и комбинированные туры. Для обеспечения массового потока необходима работа с туроператорами: они могут обеспечить должный уровень безопасности при проведении туров и рекреационную безопасность посещаемой территории. Ключевых туроператоров должно быть 2...3 для региона.

При формировании турпродукта по национальным паркам следует стремиться к широкому охвату рынка, нельзя забывать о детской аудитории. Возможности экологического воспитания обширны, поэтому экскурсии в рамках изучения школьных курсов могут занять весомую нишу рынка. В этой связи необходимо активизировать образовательные учреждения и турфирмы, предлагающие комплексные сформированные программы. Молодежная аудитория, тяготеющая к походам и путешествующая самостоятельно, не будет пользоваться сформированным продуктом и чтобы активизировать участников походов, необходимо акцентировать внимание на возможности проведения соревнований, велопробегов, лыжных гонок. С целью повышения конкурентоспособности турпродукта в пределах национальных парков необходимо адаптировать его под разную целевую аудиторию (по возрасту, потребностям, географии прибытия, мотивам). Например, старательские туры популярны среди иностранных туристов и при правильном позиционировании и соответствующей организации территории могут способствовать повышению имиджа (минералогический

рай). Для любой территории можно создать свой привлекательный продукт. Должна быть создана линейка туров с разной стоимостью и для разной возрастной аудитории (молодежь, пожилые люди, дети, семьи с детьми).

Важным аспектом организации туров по национальным паркам является обеспечение безопасности туристов, поэтому актуальным является вопрос подготовки кадров на маршруты с активными способами передвижения. Необходим центр по аттестации экскурсоводов и инструкторов-проводников. Еще один аспект, связанный с безопасностью на маршрутах в пределах охраняемых территорий обусловлен благоустройством территории, в том числе содержанием мест размещения (туристских приютов, домов, глэмпингов) в соответствии с санитарно-эпидемиологическими нормами и правилами, принятыми в Российской Федерации. Кроме того, необходимо проводить мероприятия по профилактике природно-очаговых инфекций, в том числе санитарной расчистке природных станций.

При формировании стратегии стоит обратить внимание на продвижение не всех продуктов, а тех, которые наиболее перспективны с точки зрения внутреннего и въездного туриста. Это могут быть 2...3 продукта, которые выгодно отличают рассматриваемую территорию от продуктов конкурирующих особо охраняемых территорий других регионов и содействовать их продвижению на рынок сопредельных территорий.

Позиции рассматриваемых субъектов Российской Федерации по результатам Национального туристического рейтинга журнала «Отдых в России» за 2015–2019 гг. таковы (табл. 3).

Из данных табл. 3 следует, что Свердловская и Челябинская области с 2015 по 2019 гг. улучшили свои показатели, чего нельзя сказать о Пермском крае, потерявшем с 2018 по 2019 гг. семь позиций. Коррективы внес 2020 г., они связаны с ограничениями.

Если рассматривать рейтинг описываемых территорий, применительно к въездному туризму, то лидером для приема иностранных туристов является Свердловская область, далее следует Пермский край и только потом с большим отрывом Челябинская область.

В качестве примера приведем целевые показатели при реализации стратегии развития туризма в Свердловской области (табл. 5).

Таблица 3 / Table 3

Национальный туристический рейтинг регионов Урала / National tourist rating of the Ural regions

№ п/п	Субъект Российской Федерации / Subject of the Russian Federation	Годы, место в туристском рейтинге РФ / Years, place in the tourist rating of the Russian Federation					
		2015	2016	2017	2018	2019	2020
1	Свердловская область	24	17	10	7	10	10
2	Челябинская область	29	30	17	15	14	16
7	Пермский край	54	18	16	14	21	20

Источник: [2]

Таблица 4 / Table 4

Некоторые показатели реализации стратегии развития туризма в Свердловской области / Some indicators of the tourism development strategy implementation in the Sverdlovsk region

Показатели / Indicators	Показатели по годам / Indicators by year			
	2020 г.	2021 г.	2024 г.	2030 г.
Объем инвестиций в туристскую отрасль, млрд р.	9,48	10,11	13,58	23,35
Объем платных услуг гостиниц и иных средств размещения, млрд р.	5,6	5,9	7,0	9,9
Объем платных туристских услуг, в млрд р.	17,0	18,0	21,4	30,4
Уровень загрузки средств размещения, %	57	59	65	70
Численность размещенных, тыс. человек	1597,8	1645,8	2000,1	2130,4

Источник: [4]

Челябинская область планирует увеличивать число посетителей с 2,5 млн человек в 2020 г. до 4,2 млн человек в 2035 г.

Увеличение количества посетителей и затрат туристов в тех или иных территориях приводит к ряду экономических эффектов и способствует социально-экономическому развитию [10]. Рост доходов от туризма на территории трех локаций показан в табл. 5.

Согласно данным, лидером по доходам от туризма является Свердловская область, немного ей уступает Пермский край. Существенное падение доходов от туризма в 2020 г. объясняется сложной эпидемиологической ситуацией из-за пандемии коронавируса. В то же время спрос на туры в национальные парки резко вырос.

Таблица 5 / Table 5

Доходы от туризма / Income from tourism

Территория/ Territory	Доходы от туризма, млрд р / Tourism revenues, in billion rubles		
	2018 г.	2019 г.	2020 г.
Свердловская область	15,1	16,5	4
Челябинская область	6	6,9	3,09
Пермский край	10	Более 10	6

При этом анализ программ развития для отдельных территорий показывает, что они недостаточно системны, имеют завышенные показатели отдачи от туризма, что ставит на повестку дня вопросы критериев результативности тех или иных проектов и формирование разных бизнес моделей, ориентированных на профильные предприятия или на несколько профильных или неразвитых тер-

риторий. В данном случае – это территории, имеющие значительную удаленность и слабо развитую или неразвитую инфраструктуру. Администрации должны оказывать посильную помощь для активизации предпринимательской деятельности.

Социально-экономическое развитие регионов позволит не только увеличить доходы от туризма, но и повысить занятость населе-

ния: вовлечение жителей в оказание услуг населению, например, изготовление и продажа сувениров, обслуживание туристов на маршруте. Кроме того, решаются социальные проблемы, в частности, снижение социальной напряженности для отдельных территорий.

Заключение. Динамика посещений национальных парков, расположенных на Урале, позволяет утверждать, что экологический и приключенческий туризм могут внести весомый вклад в экономику региона. Можно объединить национальные парки Урала

в маршрут, выстроенный по типу Ликийской тропы. При этом разработка стратегии развития туризма в регионах на этих территориях должна учитывать реальные условия и планировать достижимые результаты. С этой целью необходимо провести инвентаризацию имеющихся ресурсов и объектов инфраструктуры в пределах национальных парков и сопредельных территорий; обеспечить качество предоставляемых туров; четко представлять риски. Работа администраций должна вестись регулярно и планомерно.

Список литературы

1. В чём секрет «Оленьих ручьёв»? Текст электронный // Общество. URL: <http://oblgazeta.ru/society/nature/42936/> (дата обращения: 11.10.2021).
2. Журнал «Отдых в России»: [сайт]. URL: <https://rustur.ru/articles> (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.
3. Интерфакс (10 февраля 2021). URL: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/76708/> (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.
4. Министерство инвестиций и развития Свердловской области. URL: <http://mir.midural.ru> (дата обращения: 11.10.2021). Текст электронный.
5. Нацпарк «Югыд ва» и Печоро-Илычский заповедник в 2018... URL: tourism.interfax.ru/Новости/articles/56391 (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.
6. О Стратегии развития туризма в РФ на период до 2035 г.: Распоряжение Правительства РФ [от 20 сентября 2019 г. № 2129-р]. URL: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/>. (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.
7. Природные парки на Среднем Урале посетили рекордное число туристов. URL: <https://www.obltv.ru/news/society/prirodnye-parki-na-srednem-urale-posetilo-rekordnoe-chislo-turistov/> (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.
8. «Федерал пресс Свердловская область...». URL: <http://fedpress.ru/interview/1771526> (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.
9. Экотуризм занял четверть мирового рынка путешествий. URL: <http://interfax.ru/656328> (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.
10. UN General Assembly: ecotourism key to eradicating poverty and protecting environment (UNWTO), 2012. URL: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2013-01-09/generalnaya-assambleya-oon-ekoturizm-meet-vazhnoe-znachenie-dlyaiskorenen> (дата обращения: 11.10.2021). Текст: электронный.

References

1. *Obschestvo* (Society). Available at: <http://oblgazeta.ru/society/nature/42936/> (date of access: 11.10.2021). Electronic text.
2. *Zhurnal «Otdyh v Rossii»: [sayt]* (The magazine "Rest in Russia": [site]). Available at: <https://rustur.ru/articles> (date of access: 11.10.2021). Text: electronic.
3. *Interfaks (10 fevralya 2021)* (Interfax (February 10, 2021)). Available at: <https://tourism.interfax.ru/ru/news/articles/76708/> (date of access: 11.10.2021). Text: electronic.
4. *Ministerstvo investitsiy i razvitiya Sverdlovskoy oblasti* (Ministry of Investment and Development of the Sverdlovsk Region). Available at: <http://mir.midural.ru> (date of access: 11.10.2021). Electronic text.
5. *Natspark «Yugyd va» i Pechoro-Ilychskiy zapovednik v 2018...* (National Park "Yugyd va" and the Pechora-Ilychsky nature reserve in 2018...). Available at: tourism.interfax.ru/News/articles/56391 (date of access: 11.10.2021). Text: electronic.
6. *Prirodnye parki na Srednem Urale posetilo rekordnoye chislo turistov* (A record number of tourists have visited natural parks in the Middle Urals). Available at: <https://www.obltv.ru/news/society/prirodnye-parki-na-srednem-urale-posetilo-rekordnoe-chislo-turistov/> (date of access: 11.10.2021). Text: electronic.
7. *O Strategii razvitiya turizma v RF na period do 2035 g.*: Rasporyazheniye Pravitelstva RF [ot 20 sentyabrya 2019 g. № 2129-r] (On the Strategy for the Development of Tourism in the Russian Federation for the Period up to

2035: Order of the Government of the Russian Federation [dated by September 20, 2019 No. 2129-r]. Available at: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/72661648/> (date of access: 11.10.2021). Text: electronic.

8. «Federal press Sverdlovskaya oblast...» ("Federal press Sverdlovsk region ...". URL: <http://fedpress.ru> ›interview / 1771526 (date of access: 10/11/2021). Text: electronic.

9. *Ekoturizm zanyal chetvert mirovogo rynka puteshestviy* (Ecotourism has occupied a quarter of the global travel market). URL: <http://interfax.ru> ›656328 (date of access: 11.10.2021). Text: electronic.

10. *UN General Assembly: ecotourism key to eradicating poverty and protecting environment (UNWTO), 2012* (UN General Assembly: ecotourism key to eradicating poverty and protecting environment (UNWTO), 2012). Available at: <http://media.unwto.org/ru/press-release/2013-01-09/generalnaya-assambleya-oon-ekoturizm-imeet-vazhnoe-znachenie-dlyaiskorenen> (date of access: 11.10.2021). Text: electronic.

Информация об авторе

Тарханова Наталья Петровна, канд. геогр. наук, доцент кафедры туризма и социально-культурного сервиса, института спорта туризма и сервиса, Южно-Уральский государственный университет (научно-исследовательский университет), г. Челябинск, Россия. Область научных интересов: экологические проблемы природопользования, экономика туризма, информационные технологии в сфере сервиса
tanape@mail.ru

Романов Вадим Александрович, канд. экон. наук, доцент кафедры государственного, муниципального управления и права, Северо-Кавказский институт (филиал) Российской академии народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, г. Пятигорск, Россия. Область научных интересов: цифровая экономика, информационные системы в экономике, информационные технологии, цифровизация
rv-ilc@mail.ru

Information about the author

Natalia Tarkhanova, candidate of geographical sciences, associate professor, Tourism and Socio-Cultural Service, Institute of Sports Tourism and Service, South Ural State University (research University), Chelyabinsk, Russia. Research interests: environmental problems of nature management, tourism Economics, information technologies in the service sector

Vadim Romanov, candidate of economic sciences, associate professor, State, Municipal Administration and Law department, North Caucasus Institute, Branch of RANEPА, Pyatigorsk, Russia. Sphere of scientific interests: digital economy, information systems in economy, information technology, digitalization

Для цитирования

Тарханова Н. П., Романов В. А. Экологический туризм на Урале: стратегия развития // Вестник Забайкальского государственного университета. 2021. Т. 27, № 10. С. 114–122. DOI: 10.21209/2227-9245-2021-27-10-114-122.

Tarkhanova N., Romanov V. Ecological tourism in the Urals: development strategy // Transbaikal State University Journal, 2021, vol. 27, no. 10, pp. 114–122. DOI: 10.21209/2227-9245-2021-27-10-114-122.

Статья поступила в редакцию: 14.12.2021 г.

Статья принята к публикации: 21.12.2021 г.