

# ИССЛЕДОВАНИЯ ТУРИЗМА

## ОЦЕНКА ГОТОВНОСТИ НАСЕЛЕНИЯ К УЧАСТИЮ В ПРАКТИКАХ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА

*Ольга Владимировна Рогач* (rogach16@mail.ru),  
*Елена Викторовна Фролова* (efrolova06@mail.ru)

Финансовый университет при Правительстве РФ, Москва, Россия

**Цитирование:** Рогач О.В., Фролова Е.В. (2022) Оценка готовности населения к участию в практиках развития туризма. *Журнал социологии и социальной антропологии*, 25(4): 208–235. <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.4.8>

**Аннотация.** Представлен социологический анализ отношения жителей к развитию туризма в их городе / сельском поселении, уровня готовности к взаимодействию с муниципальными органами власти в практиках формирования туристической привлекательности территории. Ключевой метод исследования — анкетный опрос населения, проведенный в 2021 г. Число респондентов — 768 человек. Большинство опрошенных считают, что туризм нужен для развития их города/села. Доминирование положительных ответов характерно для жителей крупных городов, которые высоко оценивают саму возможность привлечения туристов, но при этом демонстрируют наименьшую степень готовности к участию в практиках развития туризма. Персонафицированный характер взаимодействия с властью в сельских поселениях, реалистичные оценки ресурсных возможностей муниципалитетов становятся основой формирования более активной позиции сельских жителей. В современных условиях достаточно высокий потенциал социальной активности сельских жителей может рассматриваться в качестве ресурса развития агротуризма в РФ. Результаты исследования иллюстрируют роль территориальной идентичности в вопросах готовности населения к интеграции усилий с властью в сфере развития туризма. Доминирующая доля населения полагает, что ключевая роль в данном процессе принадлежит местным органам власти. Определены факторы, ограничивающие готовность жителей к участию в практиках формирования туристической привлекательности территорий: дефицит времени, отсутствие уверенности в результативности усилий, недостаток эффективных форм участия, дисфункции мотивации, слабость проработки смыслового наполнения стратегий и идей развития туризма на местах. Сделанные в ходе исследования выводы могут быть использованы в деятельности местных органов власти в целях повышения эффективности стратегий и планов формирования туристической привлекательности территорий РФ.

**Ключевые слова:** местное население, муниципальное образование, местная власть, туристическая привлекательность территории, туризм.

## Введение

Развитие туризма способствует модернизации социально-экономического и культурного профиля территорий (Донскова и др. 2020; Хетагурова и др. 2020). Как правило, устойчивый туристский поток ориентирует местные власти на более эффективную работу по благоустройству территории, развитию парковых зон, формированию общественных пространств, сферы развлечения и досуга. Такие объекты благоустройства делают города и районы более привлекательными для жизни и работы (Ibrahim и др. 2021), обеспечивают культурную и социальную вовлеченность жителей (Tadesse, Erçin 2021). По мнению Р.С. Мухаметова и Д.Ю. Чиркина, туристическая привлекательность территории складывается под воздействием таких детерминант, как имидж, культурно-исторические артефакты, уровень цен и качество жизни (Мухаметов, Чиркин 2021). Дополняет данную точку зрения исследование А.Б. Рахманова. Ученый выдвигает предположение, что традиционного культивирования туристских практик недостаточно для формирования туристической привлекательности; видится перспективным «инкорпорирование в урбанистическое пространство» новых объектов туристского притяжения, воссоздание исторического профиля локальных территорий. Сопутствующим следствием такого подхода должно стать повышение качества туристских услуг и продуктов, развитие смежных отраслей хозяйствования (общественное питание, транспорт и пр.) (Рахманов 2019: 48). Таким образом, туристическую привлекательность можно трактовать как совокупность природных и рукотворных объектов туристского притяжения, формирующих в глазах туриста имманентную неповторимость территории, эмоциональную вовлеченность в туристские практики.

Поддержка местным сообществом деятельности органов власти по формированию туристической привлекательности территории становится неотъемлемой частью туристического продукта, драйвером обеспечения устойчивого развития туристской дестинации (Lo, Chin, Law 2019). Практики развития туризма могут быть достаточно эффективными в случае продуктивного сотрудничества населения, власти и бизнес-сообщества, конструктивного обмена знаниями и опытом, стимулирования научных исследований в данной сфере, наращивания образовательных программ в сфере туризма и гостеприимства (Ibrahim, Waqawu, Mohamed 2021). Особую актуальность и ценность для местных жителей приобретают практики, направленные на поддержание аутентичности местных общественных пространств, сохранение территориальной идентичности, объектов культурно-исторического наследия (Ukabi, Akçay 2021; Ferrari,

Hernández-Maskivker, Nicotera 2021; Menon, Varma 2019). Дополняя данную точку зрения, Е.В. Бузулукова делает вывод о том, что в условиях недостаточности финансовых ресурсов местные жители могут способствовать повышению туристической привлекательности территории посредством запуска новостных каналов, популяризации местных туристских услуг в социальных сетях (Бузулукова 2018).

Таким образом, участие в практиках развития туризма — это вовлеченность населения во взаимодействие с туристами на принципах добровольности и согласия в целях сохранения и популяризации аутентичных ценностей, развития гостеприимства, повышения качества туристских услуг и продуктов.

Несмотря на то что в научной литературе представлен значительный пласт исследований, посвященных анализу преимуществ развития индустрии туризма для социально-экономической сферы регионов и городов (Xu, Zuo, Law 2022; Evstratova и др. 2019), существует и другая точка зрения. В частности, в научный оборот вводится понятие «избыточный туризм» (overtourism) (Frey, Briviba 2021; Yuval 2021), исследуются негативные последствия интенсивного потока туристов, конфликтные риски в их взаимодействии с местным населением. Обосновывается необходимость выявления негативных последствий чрезмерного развития туризма, изучения интересов и оценок местных жителей, а также показателей производительности туристской отрасли, ее воздействия на экономику, уровень и качество жизни. Результаты исследования во Флориде показали, что в целом местные жители высоко оценивают преимущества индустрии туризма для своих сообществ, однако многие респонденты хотели бы, чтобы уровень туризма снизился. Особую тревогу вызывают негативные настроения в отношении туризма среди более молодых групп населения и расовых меньшинств (Kirilenko et al. 2022). Можно выделить следующие факторы риска, детерминирующее негативное восприятие практик развития туризма со стороны местных сообществ: низкий уровень доверия к власти, недостаточное финансирование процессов обеспечения безопасности, отсутствие уважения к местной культуре, недостаток осведомленности жителей о туристских практиках (Eyisi, Lee, Trees 2021).

В российских исследованиях также выявлены негативные последствия развития туризма. В частности, Т.М. Буц отмечает наличие порочного круга, когда активное развитие туристского потенциала приводит к притоку туристов, что, в свою очередь, ведет к усилению нагрузки на инфраструктуру, загрязнению природной среды, ухудшению качества жизни местного сообщества (Буц 2016). Также российские исследования демонстрируют наличие таких угроз от туристской деятельности, как нарушение

целостности экологических систем, изменение ландшафтов локальных территорий, дестабилизация устойчивого развития окружающей среды (Верниковская 2022). Как отмечает Т.М. Кривошеева, снижение порога толерантности местного населения к туристам приводит к пересмотру политики высокоаттрактивных туристских территорий — органы власти перестают делать ставку на количество посещений, так как ими отмечается перегрузка инфраструктурного профиля территории, снижение комфортабельности и качества туристских услуг (Кривошеева 2018).

Интересный аспект проблемы представлен в статье (Obradović et al. 2021). Ученые делают вывод, что факторы устойчивости (экологический, экономический, институциональный и социокультурный) являются важными предикторами удовлетворенности местных жителей развитием туризма в общинах Увацкого природного заповедника на юго-западе Сербии.

Аналогичные выводы сделаны в работе (Boonsiritomachai, Phonthanukitithaworn 2019). Получение поддержки со стороны местного сообщества может быть достигнуто за счет создания новых рабочих мест, улучшения качества общественных объектов, привлечения местных жителей или лидеров к планированию и принятию решений, связанных с организацией туристских мероприятий. Важнейшим направлением деятельности муниципалитетов в данном направлении является поиск механизмов взаимовыгодного сотрудничества с населением, анализ лимитирующих факторов вовлечения местных сообществ в практики развития туризма.

Цель исследования — социологический анализ мнений и отношения жителей к развитию туризма в месте их проживания, исследование уровня готовности к взаимодействию с муниципальными органами власти в практиках формирования туристической привлекательности территории.

Задачи исследования:

1. Исследование мнений и отношения местного населения к развитию туризма, возможностей формирования туристической привлекательности территории.

2. Определение субъектов формирования туристической привлекательности муниципального образования в оценках населения.

3. Оценка готовности местного населения к участию в развитии туристической привлекательности муниципального образования.

Гипотезы исследования:

1. Население поддерживает идею о необходимости развития туризма в российских городах.

2. Ключевую роль в процессе формирования туристической привлекательности территории население отводит местным органам власти.

3. Жители сельских поселений и малых городов в большей степени ориентированы на участие в практиках развития туризма.

### Методология

В статье приводятся результаты опроса населения, проведенного в 2021 г. Эмпирической базой исследования выступили муниципальные образования РФ, для отбора которых использовалась стихийная выборка<sup>1</sup>. Выборка строилась на соблюдении следующих принципов: максимальных охват регионов РФ, дифференциация по признаку городское/сельское поселение и численный состав поселения (менее 100 тыс. и более 100 тыс. чел). Итоговая выборка респондентов из муниципальных образований РФ составила 768 человек. Параметры формирования репрезентативной выборки: пол респондентов (соблюдение статистического распределения мужчин и женщин, проживающих на территории РФ), доминирование в выборке городского населения, что соответствует распределению городского/сельского населения в РФ.

Демографические характеристики респондентов соответствуют пропорциям, свойственным россиянам: 53,6 % женщин, 46,4 % мужчин. Согласно полученному распределению опрошенных по возрасту, 65,9 % респондентов относятся к категории «от 18 до 29 лет», 20,6 % — от 30 до 44 лет; 8,7 % — от 45 до 54 лет. Остальные 4,8 % опрошенных старше 55 лет. Были опрошены преимущественно жители городов с численностью свыше 100 тыс. человек (68 %). При этом 19,8 % респондентов проживают в городах с общей численностью менее 100 тыс. человек, а 12,2 % опрошенных — в сельских поселениях. Указанное распределение может рассматриваться как ограничение проводимого исследования. Вместе с тем задачи учета мнения как городского, так и сельского населения соблюдены.

Анкета исследования подготовлена на Google.foorms, ссылка на нее была размещена в цифровых сообществах муниципальных образований. Обработка результатов исследования проводилась в ручном режиме. Дизайн анкеты представлен рядом блоков, раскрывающих возможности и ограничения использования социального капитала в развитии туристической привлекательности территорий. В рамках статьи приводится анализ материалов по вопросам оценки готовности населения принимать

---

<sup>1</sup> Эмпирическую базу исследования составили муниципальные образования следующих субъектов РФ: Москва, Московская область, Санкт-Петербург, Республика Башкортостан, Республика Калмыкия, Кемеровская, Кировская, Волгоградская, Смоленская области, Республика Мордовия, Краснодарский край, Ростовская, Мурманская, Самарская, Белгородская, Тульская области, Пермский край, Рязанская, Тверская, Владимирская, Тамбовская, Нижегородская, Брянская, Тюменская области, Республика Марий Эл, Республика Коми, Астраханская область, Республика Крым.

участия в подобных практиках. Респондентам были заданы вопросы, которые позволяют раскрыть ценностный и поведенческий уровень готовности населения к участию в практиках развития туризма.

Ценностный уровень: перспективы привлечения туристов, оценка значимости туристской отрасли для социально-экономического развития территории, определение ключевого субъекта развития туристической привлекательности территорий, восприятие ресурсных возможностей местной власти в обеспечении потока туристов.

Поведенческий уровень: желание и интерес населения к участию в развитии туристической привлекательности территории, идентификация ограничений личного участия респондентов, опыт участия в создании/продвижении туристских продуктов и услуг.

В работе анализируется отношение местного населения к развитию туризма, перспективы и ограничения вовлечения жителей в формирование туристической привлекательности территории.

### Результаты исследования

Согласно полученным данным, 68 % респондентов полагают необходимым проводить политику по развитию туризма в их муниципальных образованиях. Несмотря на высокую долю тех, кто ответил положительно, можно отметить, что каждый пятый опрошенный высказывается отрицательно по этому вопросу, а 12,1 % респондентов затруднились с ответом. Детализация полученных данных в зависимости от типа муниципального образования демонстрирует центрирование положительных ответов в сегменте ответов жителей городов с численностью более 100 тыс. чел. — 77,4 %, что выше, чем в среднем по выборке на 9,4 п. (табл. 1).

Несмотря на полученные оценки значимости развития туризма в муниципальных образованиях РФ, каждый второй опрошенный высказал отрицательное мнение, а 14,8 % респондентов затруднялись дать ответ на вопрос, существует ли возможность в современных условиях для широкого привлечения туристов. Вместе с тем становится очевидным доминирование положительных ответов респондентов по данной позиции (64,7 %). Как и в предыдущем вопросе, жители крупных городов более уверенно высказывают свое положительное мнение: доля выбравших ответ «да» выше, чем в среднем по выборке на 12,3 п. (77,0 %); доля респондентов, кто затруднился с ответом, составляет 11,7 % (табл. 2). Материалы исследования показали, что среди представителей сельских поселений и жителей городов с численностью населения менее 100 тыс. человек доминируют отрицательные суждения. В частности, доля отрицательных ответов среди сельского населения составляет 44,7 %, что выше, чем

Таблица 1

**Распределение ответов на вопрос «Как вы думаете, нужен ли туризм для развития вашего города/сельского поселения?» в зависимости от типа муниципального образования, %**

Тип муниципального образования	Как вы думаете, нужен ли туризм для развития вашего города/сельского поселения?		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Сельское поселение	44,7	38,3	17,0
Город с численностью менее 100 тыс.	50,0	31,6	18,4
Город с численностью более 100 тыс.	77,4	13,2	9,4
Среднее по выборке	68,0	19,9	12,1
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.			

в среднем по выборке на 24,3 п. В малых городах отмечается большая доля тех, кто затрудняется с ответом, — 24,3 % (выше, чем в среднем по выборке на 9,5 п.).

Таблица 2

**Распределение ответов на вопрос «Как вы полагаете, в современных условиях существует ли возможность широкого привлечения туристов в ваш город/сельское поселение?» в зависимости от типа муниципального образования, %**

Тип муниципального образования	Как вы полагаете, в современных условиях существует ли возможность широкого привлечения туристов в ваш город/сельское поселение?		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Сельское поселение	38,3	44,7	17
Город с численностью менее 100 тыс.	38,8	36,9	24,3
Город с численностью более 100 тыс.	77,0	11,3	11,7
Среднее по выборке	64,7	20,4	14,8
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования			

Полученное распределение оценок респондентов выглядит вполне закономерным: крупные города обладают большими возможностями для развития туризма, тогда как сельские поселения традиционно выступают в роли дотационных территорий, которые, как правило, не обладают сформированным туристским потенциалом, бюджетными сред-

ствами для развития туристской индустрии. Малые города в этой ситуации демонстрируют тенденцию маятника: часть из них ввиду активных действий местных властей по брендированию территории как туристской дестинации обладают вполне конкурентоспособным туристским продуктом, тогда как другая часть малых городов, сосредоточившись на иных источниках территориального развития, не имеет возможности широкого привлечения туристов.

В этом контексте представляет интерес распределение ответов респондентов на вопрос «Кому, на ваш взгляд, принадлежит ключевая роль в формировании туристической привлекательности муниципальных образований?» Почти половина опрошенных респондентов оставила первенство за местными властями (табл. 3). Обратим внимание, что сельские жители в большей степени склонны видеть в местном населении участников практик по формированию туристической привлекательности муниципальных образований (выбор вариантов ответа «местному населению» выше, чем в среднем по выборке на 6,7 п.).

Таблица 3

**Распределение ответов на вопрос «Кому, на ваш взгляд, принадлежит ключевая роль в формировании туристической привлекательности муниципального образования» в зависимости от типа муниципального образования, %**

Тип муниципального образования	Кому, на ваш взгляд, принадлежит ключевая роль в формировании туристической привлекательности муниципального образования?				
	Местному населению	Местным властям	Бизнес-структурам	Специально созданным объединениям	Затрудняюсь ответить
Сельское поселение	21,3	29,8	21,3	11,7	15,9
Город с численностью менее 100 тыс.	19,7	35,6	13,8	11,8	19,1
Город с численностью более 100 тыс.	11,9	50,4	12,6	15,7	9,4
Среднее по выборке	14,6	44,9	13,9	14,5	11,7

Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.



Анализ материалов показывает наличие закономерности в данном вопросе. В частности, полученные ответы идентифицируют вектор распределения мнения общественности: доминирование оценок на одном полюсе с уменьшением доли при движении к другому. В качестве полюсов выступают сельские поселения и города с численностью более 100 тыс. человек. Исключение составляет распределение доли затруднившихся ответить: жители городов с численностью менее 100 тыс. меньше всех определились в данном вопросе (19,1 %).

Для нашего исследования также интерес представляет распределение ответов согласно возрастным порогам респондентов. Можно сделать вывод, что молодежь, как и все остальные респонденты, отводит ключевую роль в формировании туристической привлекательности муниципального образования местным властям — 41,6 % (табл. 4). При этом среди варианта выбора ответа «местное население» доля респондентов в возрасте от 18 до 29 лет представлена в наибольшей степени — 17,4 %.

Таблица 4

**Распределение ответов на вопрос «Кому, на ваш взгляд, принадлежит ключевая роль в формировании туристической привлекательности муниципального образования?» в зависимости от возраста респондентов, %**

Возраст	Кому, на ваш взгляд, принадлежит ключевая роль в формировании туристической привлекательности муниципального образования?				
	Местному населению	Местным властям	Бизнес-структурам	Специально созданным объединениям	Затрудняюсь ответить
18–29	17,4	41,6	14,3	15,8	10,9
30–44	10,9	53,2	13,5	8,9	13,5
45–54	6,0	52,2	16,4	10,5	14,9
55 и старше	8,1	45,9	8,1	27,0	10,9
Среднее по выборке	14,6	44,9	13,9	14,5	11,7
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.					

Можно сделать вывод, что при доминирующей роли местных властей в процессе формирования туристической привлекательности муниципальных образований единодушной позиции при определении роли остальных субъектов данного процесса среди опрошенных не наблюдается. Люди старшего возраста в большей степени отдают предпочтение специально созданным объединениям (выше, чем в среднем по выборке,

на 12,5 п.), тогда как «в рейтинге» респондентов в возрасте 45–54 лет вторую строчку занимает вариант ответа «бизнес-структурам».

Вместе с тем, получив представление о роли местной власти в процессе формирования туристической привлекательности муниципальных образований, авторами предпринята попытка интерпретации мнения населения по вопросу реальной способности властей обеспечить активный приток туристов.

Жители городов с численностью населения более 100 тыс. человек на вопрос «Как вы полагаете, способна ли местная власть обеспечить активный приток туристов в ваш город/сельское поселение?» значительно чаще выбирают ответ «да, для этого у нее есть все возможности» — 63,8 % (выше средних значений на 12,9 п.). При этом в схожем варианте ответа, где фокус смещается на местное население — «да, но только если мы объединимся ради этой цели», жители крупных городов демонстрируют наименьший выбор — 17,6 %. Полученные ответы коррелируют со сделанным ими ранее выбором, который был отражен в таблице 3.

Интерес представляют данные, полученные в сельских поселениях (табл. 5). Ввиду существенной ограниченности местных бюджетов, низкой инфраструктурной обеспеченностью сельских территорий вполне закономерно выглядит ответ на данный вопрос, который звучит так: «нет, у местной власти нет таких возможностей/ресурсов». Среди сельских жителей частота выбора данного ответа составляет 24,5 %, что выше средних значений на 14 п. Справедливо заметить, что крупные города обычно иллюстрируют более благоприятную ситуацию, поэтому выбор данного варианта ответа среди жителей городов с численностью свыше 100 тыс. человек составляет 5,6 %, что меньше, чем в среднем по выборке на 4,9 п.

Согласно полученным ранее ответам можно заметить, что жители малых городов находятся между двух полярных позиций, высказываемых респондентами из сельских территорий и крупных городов. В данном вопросе указанная тенденция в целом соблюдается. Однако отметим, что доля респондентов, выбравших вариант ответа «нет, местная власть не тот уровень, где могут решаться вопросы туризма», в малых городах выше, чем в среднем по выборке, на 9,3 п. Это может быть связано с тем, что муниципалитеты малых городов, как правило, включены в двухуровневую модель местного самоуправления, где ресурсы концентрируются на уровне городских округов или муниципальных районов. Функциональная слабость местной власти малого города обусловлена недостаточностью финансовых, административных и иных ресурсов.

Согласно данным, представленным в таблице 6, можно сделать вывод, что уверенность респондентов в возможности широкого привлечения

Таблица 5

**Распределение ответов на вопрос «Как вы полагаете, способна ли местная власть обеспечить активный приток туристов в ваш город/сельское поселение?» в зависимости от типа муниципального образования, %**

Как вы полагаете, способна ли местная власть обеспечить активный приток туристов в ваш город/сельское поселение?	Тип муниципального образования			Среднее по выборке
	Сельское поселение	Город с численностью менее 100 тыс.	Город с численностью более 100 тыс.	
Да, для этого у нее есть все возможности	18,1	27,0	63,8	50,9
Да, но только если мы объединимся ради этой цели	32,9	19,7	17,6	19,9
Нет, у местной власти нет таких возможностей/ресурсов	24,5	19,1	5,6	10,5
Нет, местная власть не тот уровень, где могут решаться вопросы туризма	11,7	18,4	5,9	9,1
Затрудняюсь ответить	12,8	15,8	7,1	9,5
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.				

туристов в их город/сельское поселение имеет прямую зависимость от оценки способности местной власти обеспечить активный приток туристов в муниципальное образование. В частности, среди респондентов, кто выбрал вариант ответа «да, для этого у нее есть все возможности» и «да, но только если мы объединимся ради этой цели», доминирует мнение о возможности привлечения туристов: 88,5 и 62,1 % соответственно (табл. 6).

Возможным компенсатором неспособности власти обеспечить развитие внутреннего туризма является привлечение местных жителей к практикам формирования туристической привлекательности территории. Материалы исследования свидетельствуют (табл. 7), что 55,7 % опро-

Таблица 6

**Распределение ответов на вопрос «Как вы полагаете, способна ли местная власть обеспечить активный приток туристов в ваш город/сельское поселение?» в зависимости от оценки возможности широкого привлечения туристов, %**

Как вы полагаете, способна ли местная власть обеспечить активный приток туристов в ваш город/сельское поселение?	Как вы полагаете, в современных условиях существует ли возможность широкого привлечения туристов в ваш город/сельское поселение?		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Да, для этого у нее есть все возможности	88,5	5,4	6,1
Да, но только если мы объединимся ради этой цели	62,1	22,9	15
Нет, у местной власти нет таких возможностей/ресурсов	27,2	50,6	22,2
Нет, местная власть не тот уровень, где могут решаться вопросы туризма	24,3	57,1	18,6
Затрудняюсь ответить	23,3	27,4	49,3
Среднее по выборке	64,7	20,4	14,8
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.			

шенных полагают необходимым привлечение местных жителей ввиду их активной роли при взаимодействии с туристами.

Доля давших отрицательный ответ и доля тех, кто затруднился с ответом, в целом идентичны (23,3 и 21,0 % соответственно). При этом распределение ответов на вопрос «Считаете ли вы необходимым привлечение местных жителей к формированию туристической привлекательности территории ввиду их активной роли при взаимодействии с туристами?» в зависимости от типа муниципального образования демонстрирует следующие пропорции: чаще других вариант ответа «да» выбирали жители городов с численностью более 100 тыс. человек — 59,4 %, что выше в среднем по выборке на 3,7 п. Вариант ответа «нет» чаще выбирали сельские жители — 34,0 % (выше на 10,7 п.).

Логичным продолжением вопроса о необходимости привлечения местных жителей к формированию туристической привлекательности территории стал вопрос о готовности респондентов принимать участие в данном процессе. Доля тех, кто выбрал вариант ответа «да» и вариант ответа «нет», в целом совпали (35,2 и 34,9 % соответственно), что говорит

об отсутствии сформированной позиции общественности по данному вопросу. Кроме того, практически треть опрошенных затруднилась с ответом (29,9 %).

Детализация ответов респондентов позволяет сделать вывод, что в целом женщины демонстрируют более высокую, нежели мужчины, готовность принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования (табл. 7): 38,6 % респондентов-женщин выбрали вариант ответа «да» (выше в среднем по выборке на 3,4 п.). Вариационный разрыв с ответами респондентов-мужчин по данному основанию не столь велик, но наш вывод косвенно подтверждает наличие меньшей доли женщин, давших отрицательный ответ, — 29,4 % (ниже, чем в среднем по выборке, на 5,5 п.). В совокупности полученные данные позволяют рассматривать женщин как более лояльных представителей общественности, с которыми власть должна работать целенаправленно, с учетом доминирующих потребностей/интересов.

Таблица 7

**Распределение ответов на вопрос «Готовы ли вы принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования?» в зависимости от пола респондентов, %**

Пол респондентов	Готовы ли вы принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования?		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Женщины	38,6	29,4	32
Мужчины	31,2	41,3	27,5
Среднее по выборке	35,2	34,9	29,9
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.			

Обратимся теперь к рассмотрению детализации ответов респондентов по основанию «тип муниципального образования». Так, жители крупных городов чаще других высказывались о необходимости привлечения местных жителей к формированию туристической привлекательности территории. Однако при оценке их готовности к участию (табл. 8) данная категория респондентов не демонстрирует высокую долю представительства — 34,7 %. Не вызывает удивления тот факт, что именно сельские жители в большей степени готовы участвовать в развитии туристической привлекательности своей территории — 44,7 %, что выше средних значений на 9,5 п. Полученные данные в целом коррелируют с ответами этой категории респондентов на заданные ранее вопросы. Например, как

отмечалось выше, при оценке способности местной власти обеспечить активный приток туристов 32,9 % выбрали варианта ответа «да, но только если мы объединимся ради этой цели» и 24,5 % — «нет, у местной власти нет таких возможностей/ресурсов» (табл. 5).

Таблица 8

**Распределение ответов на вопрос «Готовы ли вы принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования?» в зависимости от типа муниципального образования, %**

Тип муниципального образования	Готовы ли вы принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования?		
	Да	Нет	Загрудняюсь ответить
Сельское поселение	44,7	29,8	25,5
Город с численностью менее 100 тыс.	30,9	42,1	27
Город с численностью более 100 тыс.	34,7	33,7	31,6
Среднее по выборке	35,2	34,9	29,9
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.			

Наибольший скептицизм в данном вопросе демонстрируют жители малых городов, они чаще других выбирали отрицательный ответ на вопрос о своей готовности — 42,1 % (выше средних значений на 7,2 п.).

Среди опрошенных присутствует значительная доля тех, кто пока не определился, готов ли он принимать участие в практиках формирования туристической привлекательности своего места проживания (29,9 %). Фокусировка усилий местной власти на анализе и идентификации ожиданий и потребностей данной категории жителей могла бы обеспечить их более активную позицию, вовлеченность в процессы развития туризма.

Материалы исследования также позволили выявить корреляционную зависимость между согласием респондентов с утверждением, что без участия местных жителей не представляется возможным обеспечить привлечение достаточного количества туристов, создать обстановку гостеприимства/доброжелательности и готовности принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования. В частности, 42,7 % согласились с утверждением, что «без участия местных жителей не представляется возможным обеспечить привлечение достаточного количества туристов, создать обстановку гостеприимства и доброжелательности». Среди данной группы респондентов выше доля тех, кто готов принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования, на 7,5 п. (табл. 9).

Таблица 9

**Распределение ответов на вопрос «Готовы ли вы принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования?» в зависимости от согласия с утверждением о значимости участия местных жителей в данном процессе, %**

Согласны ли вы с утверждением, что без участия местных жителей не представляется возможным обеспечить привлечение достаточного количества туристов, создать обстановку гостеприимства и доброжелательности?	Готовы ли вы принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования?		
	Да	Нет	Затрудняюсь ответить
Да	42,7	27,6	29,7
Нет	14,0	55,5	30,5
Среднее по выборке	35,2	34,9	29,9
Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.			

Выскажем предположение, что активное позиционирование местными властями в информационном пространстве роли населения как предиктора создания атмосферы гостеприимства и дружелюбия может обеспечить увеличение доли местных жителей, разделяющих идеи и инициативы властных структур в сфере туризма. Также это, возможно, позволит преломить мнение тех, кто сейчас заявил о своей неготовности. В частности, ими высказаны следующие причины: «нет желания» — 29,3 %, «не вижу смысла» — 23,9 %, «не верю в результативность развития туризма в своем городе/селе» — 17,3 % и пр. (рис. 1).

В ходе исследования идентифицировалась группа респондентов, которые на момент исследования были включены в практики развития туристической привлекательности территории своего города/села — 30,3 % от общего числа опрошенных. Несмотря на то что ранее о своей готовности больше заявляли женщины, в реальных практиках развития туризма большее присутствие демонстрируют мужчины.

В таблице 10 представлена детализация ответов респондентов на вопрос «Имеете ли вы опыт участия в создании/продвижении туристских продуктов или услуг?» в зависимости от типа муниципального образования. В частности, вполне закономерным выглядят распределение ответов среди жителей крупных городов: 50,5 % отметили, что «нет, у меня нет на это времени» (выше средних значений на 7,3 п.). Жители сельских территорий в большей степени включены в создание/продвижении туристских продуктов или услуг: «да, мне это интересно» — 26,6 % (выше



Рис. 1. Распределение ответов на вопрос о причинах неготовности принимать участие в развитии туристической привлекательности муниципального образования, % от доли давших отрицательный ответ

Источник: составлено по результатам авторского исследования.

на 6,5 п.) и «да, мне даже пришлось сменить область профессиональной деятельности» — 24,% (выше на 13,6 п.). Среди жителей малых городов в большей степени доминируют отрицательные ответы: «нет, мне это неинтересно» — 32,3 % и «нет, у меня нет на это времени» — 29,6 %.

Срез по признаку возраста в данном вопросе показал неожиданные распределения в категории «55 лет и старше». Граждане предпенсионного и пенсионного возраста чаще других высказали мнение об отсутствии времени — 59,5 % (выше средних значений по выборке на 16,3 п.). В целом наблюдается уменьшение времени, которое население готово потратить на включение в практики развития туристической привлекательности своей территории с увеличением возрастных границ (табл. 11). Возможно, это связано с появлением в каждом жизненном периоде новых забот, однако эмпирических данных для какого-либо вывода пока недостаточно.

Чаще других опыт участия в создании/продвижении туристских продуктов или услуг имеет молодежь в возрасте от 18 до 29 лет (более высокая доля выбора ответов «да, мне это интересно» — 22,7 % и «да, мне даже пришлось сменить область профессиональной деятельности» — 11,3 %). Это позволяет сделать вывод, что местным властям стоит сосредоточиться на работе с молодежью как наиболее активной социально-демографической категории.



Таблица 10

**Распределение ответов на вопрос «Имеете ли вы опыт участия в создании/продвижении туристских продуктов или услуг?» в зависимости от типа муниципального образования, %**

Тип муниципального образования	Имеете ли вы опыт участия в создании/продвижении туристских продуктов или услуг?			
	Да, мне это интересно	Да, мне даже пришлось сменить область профессиональной деятельности	Нет, мне это неинтересно	Нет, у меня нет на это времени
Сельское поселение	26,6	24,5	23,4	25,5
Город с численностью менее 100 тыс.	19,7	18,4	32,3	29,6
Город с численностью более 100 тыс.	18,9	6,3	24,3	50,5
Среднее по выборке	20,1	10,9	25,8	43,2

Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.

Таблица 11

**Распределение ответов на вопрос «Имеете ли вы опыт участия в создании/продвижении туристских продуктов или услуг?» в зависимости от возраста респондентов, %**

Возраст	Имеете ли вы опыт участия в создании/продвижении туристских продуктов или услуг?			
	Да, мне это интересно	Да, мне даже пришлось сменить область профессиональной деятельности	Нет, мне это неинтересно	Нет, у меня нет на это времени
18–29	22,7	11,3	25,1	40,9
30–44	17,1	7,0	31,0	44,9
45–54	14,9	14,9	22,4	47,8
55 и старше	5,4	16,2	18,9	59,5
Среднее по выборке	20,1	10,9	25,8	43,2

Источник: рассчитано по материалам авторского исследования.

Используя вопрос-фильтр, респондентам, положительно ответившим на вопрос о своей включенности в практики развития туризма на местах, были заданы уточняющие формулировки. В частности, установлено, что чаще всего они имеют свой туристический бизнес, организуют походы и/или экскурсии в качестве общественной (волонтерской деятельности), состоят в объединениях и ассоциациях, занимающихся вопросами развития туризма.

### Обсуждение

Результаты исследования показали, что большинство опрошенных рассматривают туризм в качестве драйвера развития территории. Представленные в научной литературе риски формирования избыточного туризма и отрицательного отношения местных сообществ в нашем исследовании косвенным образом иллюстрируются мнением пятой части опрошенных респондентов, которые не считают, что туризм необходим для развития их города/села.

Можно предположить, что риски отторжения туристических практик со стороны местного населения обусловлены территориальной принадлежностью к популярным туристским дестинациям. В частности, Ю.А. Катровский и О.А. Соковец обращают внимание на экологические риски, проблемы антропогенное воздействия на окружающую среду о. Ольхон Иркутской области. Интенсивное развитие туризма сказывается также на уровне жизни местного населения. Имеют место такие негативные тенденции, как переориентация бизнеса на более платежеспособные группы туристов, возрастание инфляционной нагрузки на местных жителей, снижение транспортной доступности (Катровский, Соковец 2019). Аналогичные выводы характерны для зарубежных исследований, где иллюстрацией проблемы, например, являются экологические издержки и социальные последствия развития круизного туризма в Исландии (Fridriksson, Wise, Scott 2020).

Вне зависимости от типа муниципального образования, а также возрастных характеристик респондентов несомненную значимость для развития туризма в муниципальных образованиях имеют местные власти. Вместе с тем в зависимости от указанных характеристик наблюдается ряд незначительных колебаний выбора (по возрасту опрошенных), тогда как дифференциация ответов респондентов в различных типах муниципальных образований демонстрирует устойчивую закономерность. Жители крупных городов более единодушны в своих ответах при признании ведущей позиции местных органов власти, и в меньшей степени склонны отдавать приоритетную роль в развитии туризма другим субъектам.

Полученные результаты коррелируют с выводами О.А. Игнатовой. В частности, подчеркивается, что именно муниципалитеты могут консолидировать усилия по формированию бренда территории, презентации возможностей района, привлечении инвестиций (Игнатова 2018).

Вместе с тем ограничениями деятельности органов муниципальной власти выступают финансовая недостаточность местных бюджетов, отсутствие квалифицированных муниципальных кадров, излишний бюрократизм (Фролова и др. 2021). Указанные сложности актуализируют поиск социальных ресурсов развития туризма, практики вовлечения местных сообществ в создание конкурентоспособных туристских услуг и продуктов. Отметим, что в России накоплен позитивный опыт повышения туристической привлекательности городов на основе эффективного вовлечения населения, актуализации местных туристских продуктов. Активное взаимодействие власти, бизнеса и населения обеспечило значительные успехи туристской отрасли в таких городах, как Азов, Гороховец, Елец, Мышкин, Суздаль, Таруса, Тобольск, Углич (Фролова, Рогач, Рябова 2020).

Результаты исследования показали дискуссионность практик вовлечения местных жителей в развитие туристической привлекательности территорий. Так, сельские жители проявляют большую активность и соответственно в меньшей степени склонны перекладывать ответственность на органы местного самоуправления. Данные тенденции могут быть обусловлены спецификой территориального расселения, сокращением дистанцией между местной властью и населением, практиками персонализированного взаимодействия с главой и руководством села / малого города. В крупных городах ввиду многочисленности жителей, быстрого ритма жизни и имеющей место обособленностью горожан местная власть не персонализирована в сознании жителей, выступает атрибутом политической системы. Абстрактный характер власти формирует стереотип о ресурсности управленческих структур, которые и без поддержки населения обладают возможностью решения социально-экономических проблем территории.

Полученные ответы показывают, что сельские жители с меньшим оптимизмом оценивают ресурсы местной власти по обеспечению активного притока туристов. Это может быть обусловлено осведомленностью о реальном положении дел в сельском поселении, ограниченных возможностях органов местного самоуправления. Соответственно в сельских поселениях значительно выше доля тех, кто ориентирован на интеграцию усилий власти и населения в достижении указанной цели.

Полученные результаты могут быть использованы в практической деятельности органов местного самоуправления. Представляется крайне

важным ориентировать муниципалитеты на поиск адекватных механизмов вовлечения сельского населения, показывающего более высокий уровень готовности к взаимодействию, в практики развития туризма. Мы согласны с мнением Е.В. Илясовой и Е.А. Зайцевой, которые отмечают перспективность сельского туризма, возрастание внутреннего спроса на данный сегмент туристского продукта (Илясова, Зайцева 2018). При этом инновационные изменения, происходящие в агропромышленном комплексе в последние десятилетия, объективно обуславливают необходимость поиска новых механизмов мотивации сельских жителей для развития агротуризма (Karacsony, Vinichenko 2021; Demchenko et al. 2018). В работе И.В. Кривцова и Т.Л. Косульниковой обозначены такие стратегические ориентиры модернизации практик сельского туризма, как облегчение налоговой нагрузки для сельских гостевых домов, помощь в информационном обеспечении продвижения туристских продуктов сельского гостеприимства (Кривцов, Косульникова 2016).

Таким образом, практика формирования туристической привлекательности территории основана на активной позиции местных органов власти, обеспечивающих интеграцию усилий жителей по развитию местных туристских услуг и продуктов, их популяризации и продвижению. Можно предположить, что готовность населения к участию в практика развития туристической привлекательности иллюстрируется на двух уровнях: ценностном и поведенческом. Ценностный уровень характеризуется отношением к туризму, оценкой последствий его развития для территории и местных жителей. На поведенческом уровне отражена заинтересованность в личном участии в создании туристских продуктов, предоставлении услуг, популяризации туристского потенциала территории. Результаты исследования показали центрирование готовности населения на ценностном уровне (позитивное отношение к расширению туристского потока, признание значимости туризма для социально-экономического развития территории, высокая оценка местного туристского потенциала), в то время как на поведенческом уровне оценка готовности населения достаточно низкая (отсутствие опыта участия в создании и продвижении туристских услуг, нежелание/дефицит времени, отсутствие веры в результативность личного участия, делегирование активной роли местной власти и пр.). Недостаточный уровень готовности населения к участию в данных практиках актуализирует дальнейшие направления исследования: перспективные формы реализации местных инициатив в сфере туризма, ограничения и мотивация участия, механизмы консолидации интересов власти, бизнеса и жителей в целях развития туристической привлекательности территории.

## Заключение

Большинство респондентов поддерживает идею о необходимости развития туризма в месте своего проживания, при этом в качестве ключевого субъекта формирования туристической привлекательности территории жители видят органы местного самоуправления. Рассматриваемые в научной литературе риски «избыточного туризма», негативного отношения населения к привлечению туристских потоков не нашли своего подтверждения в ходе опроса. В то же время каждый пятый опрошенный не разделяет точку зрения о нужности туризма для развития своего города или сельского поселения. Полученные данные могут рассматриваться в качестве предпосылок возможного нарастания напряженности между туристами и местными жителями в популярных туристских дестинациях.

Результаты исследования показали противоречие между ресурсным потенциалом развития туризма в крупных городах и низким уровнем готовности их жителей включаться в практики формирования туристической привлекательности своей территории. По мнению респондентов, проживающих в городах с численностью жителей более 100 тыс. человек, их территории обладают всеми необходимыми возможностями для привлечения туристов. В их оценках доминирует мнение о позитивном влиянии индустрии туризма, необходимости формирования туристической привлекательности муниципального образования. Однако при этом жители крупных городов склонны минимизировать свое участие в развитии туризма на местах. В противовес их мнению, респонденты, проживающие в сельских поселениях, демонстрируют более высокий уровень готовности к реализации туристских инициатив. Потенциал социальной активности сельских жителей может рассматриваться в качестве предпосылок развития агротуризма в РФ, формирования практик коммерциализированного гостеприимства, которые зачастую обладают более высоким уровнем притягательности для туристов, нежели состоявшаяся туристская инфраструктура.

Полученные выводы позволяют дифференцировать управленческие практики развития туризма в различных типах муниципальных образований РФ. Эмпирические результаты иллюстрируют нарастание социальной дистанции между властью и населением в крупных городах РФ, отсутствие практик их персонифицированного взаимодействия, что может рассматриваться в качестве ограничений активизации местных инициатив в сфере туризма и гостеприимства. Недостаточный уровень готовности жителей к реализации местных туристских инициатив обусловлен дефицитом времени, отсутствием уверенности в результативности практик

привлечения туристов, низкой вариативностью эффективных форм участия, дисфункциями мотивации и слабостью смыслового наполнения стратегий и идей развития туризма. В ходе исследования обозначены новые теоретические контуры анализа процессов взаимодействия власти и населения, факторов вовлечения жителей в создание и продвижение местных туристских услуг и продуктов.

### Литература

Бузудукова Е.В. (2018) Туристическая привлекательность регионов Центрального федерального округа в интернете. *Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика*, 3: 91–108.

Буц Т.М. (2016) Экологическая оценка развития туризма в Крыму. *Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление*, 2(2): 28–39.

Верниковская О.В. (2022) Научно-методические подходы к оценке антропогенного воздействия на особо охраняемые природные территории. *Труды БГТУ. Серия 5: Экономика и управление*, 1: 67–78. <https://doi.org/10.52065/2520-6877-2022-256-1-67-78>.

Донскова Л.И., Горяинов К.С., Крюкова Е.М., Хетагурова В.Ш. (2020) Государственное регулирование туризма: зарубежный и российский опыт (обзор научных публикаций). *Социальная политика и социология*, 19(4): 15–22. <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2020-19-4-15-22>.

Игнатова О.А. (2018) Роль муниципалитетов в формировании туристической среды центральной экологической зоны Байкальской природной территории. *Современные проблемы сервиса и туризма*, 12(3): 64–74. <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2018-10306>.

Илясова Е.В., Зайцева Е.А. (2018) Сельский туризм Краснодарского края: взаимодействие власти и населения. *Региональные проблемы преобразования экономики*, 5: 64–71.

Катровский Ю.А., Соковец О.А. (2019) Влияние развития туризма на благосостояние жителей Иркутской области на примере ресторанного бизнеса. *Бизнес-образование в экономике знаний*, 14(3): 44–46.

Кривцов И.В., Косульникова Т.Л. (2016) Ориентиры формирования сельского гостеприимства Российской Федерации. *Сервис в России и за рубежом*, 10(7): 53–63. <https://doi.org/10.12737/21823>.

Кривошеева Т.М. (2018) К вопросу изучения влияния туризма на экологическую обстановку и социокультурное природное пространство, в том числе в границах удаленных территорий. *Сервис в России и за рубежом*, 12(3): 25–38. <https://doi.org/10.24411/1995-042X-2018-10302>.

Мухаметов Р.С., Чиркин Д.Ю. (2021) Туристическая привлекательность российских регионов: коррупция имеет значение? *Вопросы управления*, 3: 36–48. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2021-3-36-48>.

Рахманов А.Б. (2019). Структура привлекательности городов России: переночевать в Москве, погулять по Петербургу и поехать в Казани. *Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология*, 49: 124–139.

Фролова Е.В., Рогач О.В., Рябова Т.М. (2020) Деятельность муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма: проблемы, ресурсы и новые возможности. *Вопросы государственного и муниципального управления*, 3: 210–228.

Фролова Е.В., Рогач О.В., Рябова Т.М., Медведева Н.В. (2021) Ограничения социального партнерства власти и бизнеса в практике формирования туристической привлекательности муниципальных образований РФ. *Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз*, 14(2): 156–171. <https://doi.org/10.15838/esc.2021.2.74.10>.

Хетагурова В.Ш., Донскова Л.И., Крюкова Е.М., Вишнякова В.А. (2020) Оценка туристско-рекреационного потенциала Подмосковья в целях развития этнографического туризма. *Социальная политика и социология*, 19(4): 59–67. <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2020-19-4-59-67>.

Boonsiritomachai W., Phonthanukitithaworn C. (2019) Residents' support for sports events tourism development in beach city: the role of community's participation and tourism impacts. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/2158244019843417>.

Demchenko T.S., Melnichuk A.V., Ilina I.Y., Buley N.V. (2018) Improvement of corporate youth programs of the agro-industrial complex. *Modern journal of language teaching methods*, 8(5): 405–420.

Evstratova T.A., Kabanova E.E., Vetrova E.A., Kataeva V.I. (2019) Designing the tourist and recreational image of the territory. The example of the Zaryadye park. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(7): 1609–1616. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7\(39\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7(39).18).

Eyisi A., Lee D., Trees K. (2021) Facilitating collaboration and community participation in tourism development: The case of South-Eastern Nigeria. *Tourism and Hospitality Research*, 21(3): 275–288. <https://doi.org/10.1177/1467358420966035>.

Ferrari S., Hernández-Maskivker G., Nicotera T. (2021) Social-cultural sustainability of roots tourism in Calabria, Italy: A tourist perspective. *Journal of Vacation Marketing*. 28(1), May. <https://doi.org/10.1177/13567667211020493>.

Frey B.S., Briviba A. (2021) Revived originals — a proposal to deal with cultural overtourism. *Tourism Economics*, 27(6): 1221–1236. <https://doi.org/10.1177/13548166220945407>.

Fridriksson J., Wise N., Scott P. (2020) Iceland's burgeoning cruise industry: An economic opportunity or a local threat? *Local Economy*, 35(2): 143–154. <https://doi.org/10.1177/0269094220911369>.

Ibrahim A.O., Said M.A., Dodo Y.A., Bashir F.M., Umar L.D. (2021) Park visitation in the context of Khartoum town. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(12): 102–109. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.12.012>.

Ibrahim A.O., Baqawy G.A., Mohamed M.A.S. (2021) Tourism attraction sites: Boasting the booming tourism of Saudi Arabia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(4): 1–11. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.04.001>.

Karacsony P., Vinichenko M.V. (2021) Analysis of the motivation of agricultural workers in Bulgaria and Hungary. *Bulgarian journal of agricultural science*, 27(3): 479–486.

Kirilenko A.P., Ma S., Stepchenkova S.O., Su L., Waddell T.F. (2022) Detecting early signs of overtourism: bringing together indicators of tourism development with data fusion. *Journal of Travel Research*, December. <https://doi.org/10.1177/004728752111064635>.

Lo M.C., Chin C.H., Law F.Y. (2019) Tourists' perspectives on hard and soft services toward rural tourism destination competitiveness: Community support as a moderator. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2): 139–157. <https://doi.org/10.1177/1467358417715677>.

Menon J., Varma S. (2019). Archaeological places: negotiations between local communities, archaeologists and the state in India. *Journal of Social Archaeology*, 19(2): 141–161 <https://doi.org/10.1177/1469605319845437>.

Obradović S., Tešin A., Božović T., Milošević D. (2021) Residents' perceptions of and satisfaction with tourism development: a case study of the Uvac special nature reserve, Serbia. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1): 31–43. <https://doi.org/10.1177/1467358420946789>.

Tadesse F.H., Erçin Ç. (2021) Assessing the user's needs in urban open space of Addis Ababa, Ethiopia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(7): 106–114. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.07.013>.

Ukabi E., Akçay A.Ö. (2021) Historic squares' identity expression: Namik Kemal Square, Famagusta-Cyprus. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(4): 61–74.

Xu S., Zuo Y., Law R., Zhang M. (2022) Impact of farmers' participation in tourism on sustainable livelihood outcomes in border tourism areas. *International Sociology*, 37(1): 50–77. <https://doi.org/10.1177/026858092111024019>.

Yuval F. (2021) To compete or cooperate? Intermunicipal management of overtourism. *Journal of Travel Research*, 61(6), July. <https://doi.org/10.1177/004728752111025088>.



## ASSESSING THE READINESS OF THE POPULATION TO PARTICIPATE IN TOURISM DEVELOPMENT PRACTICES

*Olga V. Rogach* (rogach16@mail.ru),  
*Elena V. Frolova* (efrolova06@mail.ru)

Financial University under the Government of the Russian Federation,  
Moscow, Russia

*Citation:* Rogach O.V., Frolova E.V. (2022) Otsenka gotovnosti naseleniya k uchastiyu v praktikakh razvitiya turizma [Assessing the readiness of the population to participate in tourism development practices]. *Zhurnal sotsiologii i sotsialnoy antropologii* [The Journal of Sociology and Social Anthropology], 25(4): 208–235. (in Russian). <https://doi.org/10.31119/jssa.2022.25.4.8>

**Abstract.** The purpose of the study is to sociologically analyze the attitude of residents to the development of tourism in their city / rural settlement, to study the level of readiness for interaction with municipal authorities in the practice of forming the tourist attractiveness of the territory. The key research method is a questionnaire survey of the population conducted in 2021. The number of respondents was 768 people. Most of the respondents believe that tourism is necessary for the development of their city/village. The dominance of positive responses is typical for residents of large cities, who highly appreciate the very possibility of attracting tourists, but at the same time demonstrate the least degree of readiness to participate in tourism development practices. The results of the study showed a contradiction between the low resource potential of rural areas and a fairly high level of readiness of their inhabitants to be involved in the practices of forming the tourist attractiveness of their territory. The personalized nature of interaction with the authorities in rural settlements, realistic assessments of the resource capabilities of municipalities becomes the basis for the formation of a more active position of rural residents. In modern conditions, a rather high potential for social activity of rural residents can be considered as a resource for the development of agro-tourism in the Russian Federation. The results of the study illustrate the role of territorial identity in matters of the population's readiness to integrate efforts with the authorities in the field of tourism development. The dominant share of the population believes that the key role in this process belongs to local authorities. The factors that limit the willingness of residents to participate in the practices of forming the tourist attractiveness of territories are determined: lack of time, lack of confidence in the effectiveness of efforts, lack of effective forms of participation, dysfunction of motivation, weakness in the study of the semantic content of strategies and ideas for the development of tourism in the field. The conclusions made in the course of the study can be used in the activities of local authorities in order to increase the effectiveness of strategies and plans for the formation of the tourist attractiveness of the territories of the Russian Federation.

**Keywords:** local population, municipal formation, local authorities, tourist attraction of the territory, tourism.

## References

Boonsiritomachai W., Phonthanukitithaworn C. (2019) Residents' support for sports events tourism development in beach city: the role of community's participation and tourism impacts. *SAGE Open*. <https://doi.org/10.1177/2158244019843417>.

Buts T.M. (2016) Ekologicheskaya otsenka razvitiya turizma v Krymu [Environmental assessment of tourism development in Crimea]. *Uchenyye zapiski Krymskogo federal'nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. Ekonomika i upravleniye* [Scientific notes of the Crimean Federal University named after V.I. Vernadsky. Economics and Management], 2(2): 28–39 (in Russian).

Buzulukova E.V. (2018) Turisticheskaya privlekatel'nost' regionov Tsentral'nogo federal'nogo okruga v internete [Tourist attractiveness of the regions of the Central Federal District on the Internet]. *Vestnik Moskovskogo universiteta. Seriya 6. Ekonomika* [Bulletin of Moscow University. Series 6. Economics], 3: 91–108 (in Russian).

Demchenko T.S., Melnichuk A.V., Ilina I.Y., Buley N.V. (2018) Improvement of corporate youth programs of the agro-industrial complex. *Modern journal of language teaching methods*, 8(5): 405–420.

Donskova L.I., Goryainov K.S., Kryukova E.M., Khetagurova V.Sh. (2020) Gosudarstvennoye regulirovaniye turizma: zarubezhnyy i rossiyskiy opyt (obzor nauchnykh publikatsiy) [State regulation of tourism: foreign and Russian experience (review of scientific publications)]. *Sotsial'naya politika i sotsiologiya* [Social policy and sociology], 19(4): 15–22 (in Russian). <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2020-19-4-15-22>.

Evstratova T.A., Kabanova E.E., Vetrova E.A., Kataeva V.I. (2019) Designing the tourist and recreational image of the territory. The example of the Zaryadye park. *Journal of Environmental Management and Tourism*, 10(7): 1609–1616. [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7\(39\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7(39).18).

Eyisi A., Lee D., Trees K. (2021) Facilitating collaboration and community participation in tourism development: The case of South-Eastern Nigeria. *Tourism and Hospitality Research*, 21(3): 275–288. <https://doi.org/10.1177/1467358420966035>.

Ferrari S., Hernández-Maskivker G., Nicotera T. (2021) Social-cultural sustainability of roots tourism in Calabria, Italy: A tourist perspective. *Journal of Vacation Marketing*, 28(1), May. <https://doi.org/10.1177/13567667211020493>.

Frey B.S., Briviba A. (2021) Revived originals — a proposal to deal with cultural overtourism. *Tourism Economics*, 27(6): 1221–1236. <https://doi.org/10.1177/1354816620945407>.

Fridriksson J., Wise N., Scott P. (2020) Iceland's burgeoning cruise industry: An economic opportunity or a local threat? *Local Economy*, 35(2):143–154. <https://doi.org/10.1177/0269094220911369>.

Frolova E.V., Rogach O.V., Ryabova T.M. (2020) Deyatel'nost' munitsipal'nykh organov vlasti po razvitiyu kul'turno-poznavatel'nogo turizma: problemy, resursy i novyye vozmozhnosti [Activities of municipal authorities in the development of cultural and educational tourism: problems, resources and new opportunities]. *Voprosy gosudarstvennogo i munitsipal'nogo upravleniya* [Issues of State and Municipal Administration], 3: 210–228 (in Russian).

Frolova E.V., Rogach O.V., Ryabova T.M., Medvedeva N.V. (2021) Ogranicheniya sotsial'nogo partnerstva vlasti i biznesa v praktike formirovaniya turisticheckoy privilekateľnosti munitsipal'nykh obrazovaniy RF [Limitations of social partnership between government and business in the practice of forming the tourist attractiveness of municipalities of the Russian Federation]. *Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Change: Facts, Trends, Forecast], 14(2): 156–171 (in Russian). <https://doi.org/10.15838/esc.2021.2.74.10>.

Ibrahim A.O., Said M.A., Dodo Y.A., Bashir F.M., Umar L.D. (2021) Park visitation in the context of Khartoum town. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(12): 102–109. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.12.012>.

Ibrahim A.O., Baqawy G.A., Mohamed M.A.S. (2021) Tourism attraction sites: Boasting the booming tourism of Saudi Arabia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(4): 1–11. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.04.001>.

Ignatova O.A. (2018) Rol' munitsipalitetov v formirovanii turisticheckoy sredi tsentral'noy ekologicheskoy zony Baykal'skoy prirodnoy territorii [The role of municipalities in shaping the tourist environment of the central ecological zone of the Baikal natural territory]. *Sovremennyye problemy servisa i turizma* [Contemporary Issues in Service and Tourism], 12(3): 64–74. <https://doi.org/10.24411/1995-0411-2018-10306> (in Russian).

Ilyasova E.V., Zaitseva E.A. (2018) Sel'skiy turizm Krasnodarskogo kraya: vzaimodeystviye vlasti i naseleniya [Rural tourism in the Krasnodar Territory: interaction between the authorities and the population]. *Regional'nyye problemy preobrazovaniya ekonomiki* [Regional Problems of Economic Transformation], 5: 64–71 (in Russian).

Karacsony P., Vinichenko M.V. (2021) Analysis of the motivation of agricultural workers in Bulgaria and Hungary. *Bulgarian journal of agricultural science*, 27(3): 479–486.

Katrovsky Yu.A., Sokovets O.A. (2019) Vliyaniye razvitiya turizma na blagosostoyaniye zhiteley Irkutskoy oblasti na primere restorannogo biznesa [The impact of tourism development on the well-being of the inhabitants of the Irkutsk region on the example of the restaurant business]. *Biznes-obrazovaniye v ekonomike znaniy* [Business Education in the Knowledge Economy], 14(3): 44–46 (in Russian).

Khetagurova V.Sh., Donskova L.I., Kryukova E.M., Vishnyakova V.A. (2020) Otsenka turistsko-rekreatsionnogo potentsiala Podmoskov'ya v tselyakh razvitiya etnograficheskogo turizma [Assessment of the tourist and recreational potential of the Moscow region in order to develop ethnographic tourism]. *Sotsial'naya politika i sotsiologiya* [Social Policy and Sociology], 19(4): 59–67. <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2020-19-4-59-67> (in Russian).

Kirilenko A.P., Ma S., Stepchenkova S.O., Su L., Waddell T.F. (2022) Detecting early signs of overtourism: bringing together indicators of tourism development with data fusion. *Journal of Travel Research*, December. <https://doi.org/10.1177/00472875211064635>.

Krivoshcheyeva T.M. (2018) K voprosu izucheniya vliyaniya turizma na ekologicheskuyu obstanovku i sotsiokul'turnoye prirodnoye prostranstvo, v tom chisle v granitsakh udalennykh territoriy [On the issue of studying the impact of tourism on the ecological situation and socio-cultural natural space, including within the boundaries of remote territories]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad], 12(3): 25–38. <https://doi.org/10.24411/1995-042X-2018-10302> (in Russian).

Krivtsov I.V., Kosulnikova T.L. (2016) Oriyentiry formirovaniya sel'skogo gostepriimstva Rossiyskoy Federatsii [Landmarks for the formation of rural hospitality in the Russian Federation]. *Servis v Rossii i za rubezhom* [Service in Russia and abroad], 10(7): 53–63. <https://doi.org/10.12737/21823> (in Russian).

Lo M.C., Chin C.H., Law F.Y. (2019) Tourists' perspectives on hard and soft services toward rural tourism destination competitiveness: Community support as a moderator. *Tourism and Hospitality Research*, 19(2): 139–157. <https://doi.org/10.1177/1467358417715677>.

Menon J., Varma S. (2019). Archaeological places: negotiations between local communities, archaeologists and the state in India. *Journal of Social Archaeology*, 19(2): 141–161 <https://doi.org/10.1177/1469605319845437>.

Mukhametov R.S., Chirkin D.Yu. (2021) Turisticheskaya privlekatel'nost' rossiyskikh regionov: korruptsiya imeyet znacheniyе? [Tourist Attractiveness of Russian Regions: Does Corruption Matter?]. *Voprosy upravleniya* [Management Issues], 3: 36–48. <https://doi.org/10.22394/2304-3369-2021-3-36-48> (in Russian).

Obradović S., Tešin A., Božović T., Milošević D. (2021) Residents' perceptions of and satisfaction with tourism development: a case study of the Uvac special nature reserve, Serbia. *Tourism and Hospitality Research*, 21(1): 31–43. <https://doi.org/10.1177/1467358420946789>.

Rakhmanov A.B. (2019) Struktura privlekatel'nosti gorodov Rossii: perenochevat' v Moskve, pogulyat' po Peterburgu i poyest' v Kazani. Vestnik Tomskogo gosudarstvennogo universiteta [The structure of the attractiveness of Russian cities: spend the night in Moscow, walk around St. Petersburg and eat in Kazan]. *Filosofiya. Sotsiologiya. Politologiya* [Bulletin of Tomsk State University. Philosophy. Sociology. Political Science], 49: 124–139 (in Russian).

Tadesse F.H., Erçin Ç. (2021) Assessing the user's needs in urban open space of Addis Ababa, Ethiopia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(7): 106–114. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.07.013>.

Ukabi E., Akçay A.Ö. (2021) Historic squares' identity expression: Namik Kemal Square, Famagusta-Cyprus. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(4): 61–74.

Vernikovskaya O.V. (2022) Nauchno-metodicheskiye podkhody k otsenke antropogennogo vozdeystviya na osobo okhranyayemye prirodnyye territorii [Scientific and methodological approaches to the assessment of anthropogenic impact on specially protected natural areas.]. *Trudy BGTU. Seriya 5: Ekonomika i upravleniye* [Proceedings of BSTU. Series 5: Economics and Management], 1: 67–78. <https://doi.org/10.52065/2520-6877-2022-256-1-67-78> (in Russian).

Xu S., Zuo Y., Law R., Zhang M. (2022) Impact of farmers' participation in tourism on sustainable livelihood outcomes in border tourism areas. *International Sociology*, 37(1): 50–77. <https://doi.org/10.1177/02685809211024019>.

Yuval F. (2021) To compete or cooperate? Intermunicipal management of overtourism. *Journal of Travel Research*, 61(6), July. <https://doi.org/10.1177/00472875211025088>.