

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Рекреация и туризм

ОСОБЕННОСТИ ДИФФЕРЕНЦИАЦИИ СПРОСА НА ТУРПРОДУКТЫ КУЛЬТУРНОГО НАСЛЕДИЯ РЕСПУБЛИКИ КАРЕЛИЯ*

Раиса Васильевна БЕЛАЯ ^{a,*},
Татьяна Васильевна МОРОЗОВА ^b,
Галина Борисовна КОЗЫРЕВА ^c,
Арсений Аркадьевич МОРОЗОВ ^d

^a кандидат экономических наук,
старший научный сотрудник,
Институт экономики, Карельский научный центр РАН (КарНЦ РАН),
Петрозаводск, Российская Федерация
belaya@krc.karelia.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4100-5038>
SPIN-код: 7076-7410

^b доктор экономических наук,
директор Института экономики, Карельский научный центр РАН (КарНЦ РАН),
Петрозаводск, Российская Федерация
morozova.ras@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6639-2519>
SPIN-код: 4961-5004

^c доктор экономических наук, доцент,
ведущий научный сотрудник, Институт экономики,
Карельский научный центр РАН (КарНЦ РАН),
Петрозаводск, Российская Федерация
kozyrevakrc@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9303-0361>
SPIN-код: 5947-2488

^d младший научный сотрудник, Институт экономики,
Карельский научный центр РАН (КарНЦ РАН),
Петрозаводск, Российская Федерация
morozov589@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0873-5071>
SPIN-код: 6681-9186

* Ответственный автор

История статьи:

Рег. № 316/2022
Получена 04.07.2022
Получена в
доработанном виде
16.08.2022
Одобрена 03.09.2022
Доступна онлайн
13.10.2022

Аннотация

Предмет. Дифференциация спроса на различные виды туризма в Республике Карелия.

Цели. Оценка перспектив этнокультурного туризма в Республике Карелия.

Методология. Применены методы статистического анализа.

Результаты. Осуществлена оценка потенциального спроса на этнокультурный продукт на рынке туристических услуг Республики Карелия. Выявлена дифференциация спроса в зависимости от региона проживания туристов.

УДК 338.483.12
JEL: L83, Z31, Z32

Ключевые слова:
Республика Карелия,
регион; культурное
наследие, рынок
туризма, спрос на
этнокультурный
туризм

Выводы. Необходимы институциональные условия, позволяющие органично совместить услуги этнокультурного и природного туризма, что усилит позиции отрасли в экономике Республики Карелия.

© Издательский дом ФИНАНСЫ и КРЕДИТ, 2022

Для цитирования: Белая Р.В., Морозова Т.В., Козырева Г.Б., Морозов А.А. Особенности дифференциации спроса на турпродукты культурного наследия Республики Карелия // Региональная экономика: теория и практика. – 2022. – Т. 20, № 10. – С. 1985 – 2006. <https://doi.org/10.24891/re.20.10.1985>

Введение

В настоящее время туризм является одним из быстро развивающихся секторов экономики и в благоприятных условиях может способствовать формированию новых возможностей для развития регионов России. Особая культура того или иного региона способна мотивировать к путешествиям, поэтому сохранение культурного наследия и его рациональное использование имеют определяющее значение для сохранения популярности конкретного туристского направления. Россия, обладающая культурным наследием, рекреационными и природными ресурсами, имеет потенциал для развития внутреннего туризма. Весь этот потенциал открывает широкие перспективы для развития этнокультурного туризма, который может стать одним из серьезных факторов единения жителей страны в условиях новых геополитических вызовов.

Этнокультурный туризм основан на включении самобытной духовной и материальной культуры, природного и культурного наследия в экономические процессы. Развитие этнокультурного туризма обусловлено интересами, потребностями, а значит, существующим или потенциальным спросом современного человека на его продукты. Для массового развития этнокультурного туризма требуется определенная концентрация объектов культурного наследия, среди которых можно выделить деревянное зодчество, фольклор, национальную одежду и кухню, народные промыслы.

* Статья выполнена в рамках государственного задания Карельского научного центра РАН по теме «Комплексное исследование и разработка основ управления устойчивым развитием северного и приграничного поясов России в контексте глобальных вызовов».

Территория Республики Карелия, в пределах которой проживают народы – носители коренных языков (карелы, вепсы, финны, русские), обладает потенциалом для формирования новых туристических продуктов.

Обзор литературы

Тема развития туризма широко представлена в научных исследованиях российских и зарубежных ученых, подчеркивающих влияние туризма на социально-экономическое развитие регионов. К таким исследованиям относятся работы Д.Е. Сорокина [1], В.Н. Шарафутдинова [2], И.Ф. Игнатъевой [3], М.G. Jacobides [4], М. Kenney, J. Zysman [5], R.V. Bianchi [6], В.Э. Гордина и др.¹. В работе В.И. Хоменко и М.С. Филатовой² акцентируется внимание на высоком значении туризма для развития страны как стимула для роста экономики, способствующего занятости и самозанятости населения, увеличению налоговых поступлений в бюджеты, сглаживанию диспропорций в развитии регионов России. Исследователь С.Б. Болдырева [7] обосновывает вклад туризма в ВВП, уровень занятости и рост показателей деятельности сферы транспорта.

В работах ряда ученых поднимаются проблемы дифференциации регионов в развитии туристской деятельности. Анализируя туристско-рекреационные кластеры в регионах – лидерах по развитию туризма, Д.В. Бугров [8] поднимает актуальный вопрос наращивания туристического потенциала в остальных регионах и предлагает повышать туристическую привлекательность таких регионов в первую очередь для их жителей через формирование маршрутов «выходного дня».

Ряд исследователей акцентируют внимание на экономическом потенциале туризма, его роли в развитии территорий, в том числе и депрессивных, а также на «взаимодействии» туризма и культурного наследия. В данном аспекте важное значение имеет туристская дестинация – физическое пространство (место, территория), которое выбирает турист для посещения и в котором проводит время с целью получить впечатления.

Одна из комплексных концепций туристской дестинации принадлежит В. Фрамке [9], который констатирует, что дестинация – это совокупность интересов, различных видов деятельности, услуг, «инфраструктуры

¹ Гордин В.Э., Сушинская М.Д., Яцкевич И.А. Теоретические и практические подходы к развитию культурного туризма. В кн.: Конвергенция культуры и туризма на пороге XXI века. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет экономики и финансов, 2000. С. 18.

² Хоменко В.И., Филатова М.С. Генезис и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации // Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы. 2019. Т. 15. № 1. С. 104–112.

аттракций», которые формируют идентичность места. Исследователь выделяет статический – место, территория, и динамический аспекты дестинации – совокупность различных агентов, продуктов и услуг, варьирующихся в зависимости от спроса туристов.

В работе [10] А.Ю. Александрова подчеркивает, что, несмотря на разнообразие культурного наследия России, оно еще недостаточно представлено в туристической сфере – спрос на культурно-познавательный туризм существует, но является в большей мере «отложенным» ввиду отсутствия соответствующих туристских продуктов.

Этой же точки зрения придерживается М.А. Полякова [11], которая считает, что Россия обладает высоким культурным потенциалом для развития всех видов туризма, но этот потенциал используется лишь частично. При этом исследователь поднимает проблему актуализации подлинных объектов культурного наследия, подчеркивая, что не «новоделы», а только подлинные культурные объекты могут быть основой для развития туризма.

Модели использования нематериального культурного наследия глубоко исследованы О.Е. Афанасьевым [12], который подчеркивает его значительную роль в туризме и актуализирует проблему детального изучения опыта, моделей и форм его организации. Указывая на недостаток обобщающих исследований о многообразии форматов использования нематериального культурного наследия в сфере туризма, он предлагает три возможных варианта трансформации культурного наследия в туристический продукт:

- музейное учреждение;
- тематический парк, в рамках которого организуются «музеи под открытым небом», этнографические комплексы, мастер-классы, квесты, фестивали;
- места проживания носителей культурного наследия, где турист погружается в реальную среду.

Такой продукт наиболее значим, по мнению автора, в образовательном туризме.

Роль культурного наследия в разных видах туризма раскрывается в работе И.А. Меркулиной [13]; Ю.Н. Воронина [14] рассматривает формирование культурно-экологического туризма на стыке культурно-познавательного и экологического туризма. Особенности региональной туристской

деятельности Крыма, где присутствует постоянное совмещение культурно-познавательного и экологического туризма, раскрыты в работе В.В. Новосельской [15].

Вопросам вовлечения нематериального культурного наследия в процесс развития туризма на территории Республики Карелия посвящена работа Н.В. Колесниковой [16]. В данном исследовании за основу берется концепция «культурных якорей», которая базируется на одной из местных компонент культурного наследия (легенды), то есть учитывается в первую очередь основной фактор привлекательности края. В качестве примера приводится известный карело-финский эпос Калевала.

С точки зрения А.В. Васильевой [17], объекты культурного наследия являются наиболее значимыми ресурсами развития экологического, научно-образовательного, культурно-исторического, событийного туризма. В качестве примера автор анализирует объекты культурного наследия Республики Карелия, в том числе знаменитого туристского комплекса острова Киж.

Согласно данным аналитического агентства «ТурСтат»³ (2020 г.), в России было выявлено 15 регионов – центров развития этнокультурного туризма. Первое место в рейтинге занимает Республика Карелия [18]. Этнокультурный туризм представляет новое явление в сфере туризма и проходит этап своего генезиса. Его латентная роль связана с созданием институтов мирного сосуществования различных народностей в рамках одного государства, с поддержкой и защитой «исчезающих народностей». Задачи, стоящие перед наукой сегодня, состоят в том, чтобы выявить сущность и содержание этнокультурного туризма, уточнить формальные аспекты его организации, осмыслить подвиды и формы реализации, определить основные направления дальнейшего развития⁴.

Развитие этнокультурного туризма на территории Республики Карелия является одной из приоритетных задач региона. В данной ситуации открытым является вопрос о наличии реального спроса на рынке продуктов этнокультурного туризма. Данная проблема исследовалась в рамках проекта «Этнокультурный потенциал бизнеса территории приграничья», реализованного в Республике Карелия при поддержке Программы

³ ТурСтат. URL: <http://turstat.com/?ysclid=l8a6gvy0yn52102370>

⁴ Хоменко В.И., Филатова М.С. Генезис и перспективы развития этнокультурного туризма в Российской Федерации // *Индустрия туризма: возможности, приоритеты, проблемы и перспективы*. 2019. Т. 15. № 1. С. 110.

приграничного сотрудничества Karelia CBC⁵ в 2019 г. В рамках проекта был проведен опрос, в котором участвовали граждане России. Число наблюдений в базе составляет 400, что соответствует количеству опрошенных респондентов (туристов). Для ввода данных был создан электронный макет базы, включающий 66 переменных. Переменные представляют 16 вопросов, объединенных в следующие основные группы:

- информированность потребителя (какие виды этнокультурных продуктов он знает);
- готовность потребителя приобрести этнокультурный продукт, предпочесть его другим видам туристского продукта;
- какие виды этнокультурных услуг, о которых узнал потребитель в ходе поездки, он готов приобрести в дальнейшем.

Краткая характеристика туристических потоков

В структуре туристов по месту проживания доминируют не проживающие в Республике Карелия (70%), причем половину из них составляют гости из мегаполисов – Москвы и Санкт-Петербурга. Жители Республики Карелия составляют около 30% туристов (*табл. 1*).

Более 40% туристов путешествуют по Республике Карелия ежегодно. Территория исследуемой дестинации пользуется высокой популярностью у жителей Карелии: ее ежегодно посещают более 60% туристов (*рис. 1*). Более 50% туристов из Санкт-Петербурга каждый год посещают Карелию, что свидетельствует также о высокой популярности территории дестинации. Это не удивительно, так как мегаполис расположен довольно близко к исследуемым районам со сложившейся сетью дорог, связывающих Санкт-Петербург и Республику Карелия.

Анализ результатов опроса позволил выявить особенности предпочтений туристов на рынке туристских услуг Республики Карелия по ряду индикаторов. Один из показателей – это вид туризма.

Виды туризма

Среди туристов – жителей Республики Карелия самым популярным видом туризма является историко-познавательный (50%), далее следуют

⁵ Karelia CBC. Joint Operational Programme. 2014–2020.

URL: <https://www.kareliacbc.fi/sites/default/files/assets/images/Updated%20JOP%20Karelia%20CBC%2019.2.2019.pdf>

спортивный и экологический (40%), этнокультурный и природный (около 30%) (табл. 2). На последнем месте по популярности стоит сельский туризм.

Но по индикатору «регион проживания туристов» наблюдается дифференциация в уровне популярности различных видов туризма. Так, спортивный и экологический туризм наиболее популярен у туристов, проживающих в Карелии (50% и более 40% соответственно). Историко-познавательный туризм наиболее интересует туристов из Москвы (более 55%). Этнокультурный, сельский и природный туризм пользуются наибольшим спросом среди жителей Санкт-Петербурга (40%, 20% и 40% соответственно).

Следующие два индикатора – информированность о культурном наследии и заинтересованность в культурном наследии – были использованы для выявления потенциала развития этнокультурного туризма на территории исследуемой дестинации.

Информированность туристов о культурном наследии Республики Карелия

Результаты опроса в целом по выборочной совокупности свидетельствуют о достаточно высоком уровне знаний туристов (94,3%) о культурном наследии Карелии (табл. 3). Наиболее известными аспектами являются деревянное зодчество и национальная кухня (более 50%). Менее известны праздники и ритуалы, устный фольклор, сказания, предания, национальная музыка (менее 30%).

В региональном разрезе выявлена неоднородность в информированности туристов. Самый низкий уровень информированности – у туристов из Москвы (менее 90%). Из элементов культурного наследия туристы из Москвы менее всех знают о национальной одежде, деревянном зодчестве, праздниках и ритуалах. Более всех информированы туристы – жители Карелии (100%). Они более знакомы с различными компонентами, за исключением деревянного зодчества и мест, связанных с обожествлением сил природы. Туристы из Санкт-Петербурга отличаются более высокой информированностью относительно деревянного зодчества (более 60%) и низкой информированностью об исконных промыслах.

Помимо показателя «информированность» в исследование включен ряд параметров, отражающих интерес туристов к культурному наследию Республики Карелия.

Заинтересованность туристов в культурном наследии Республики Карелия

В целом по выборочной совокупности заинтересованность туристов в культурном наследии края высокая (более 95%). В разрезе компонент культурного наследия особой популярностью пользуется традиционная кухня (более 40%) и деревянное зодчество (около 40%) (табл. 4). Менее всего популярны среди туристов национальная одежда, национальная музыка, устный фольклор (интересуются менее 20% туристов).

В региональном разрезе наблюдается дифференциация в уровне заинтересованности. Самыми заинтересованными являются туристы – жители Карелии (100%). Они отличаются более высоким уровнем интереса почти ко всем элементам культурного наследия, особенно к национальной кухне (около 50%).

Туристы из Москвы более всех заинтересованы в исконных промыслах. Особенностью туристов из других регионов является высокий интерес к деревянному зодчеству. Туристы из Москвы выделяются низким уровнем интереса к устному фольклору (не более 5%), а туристы из Санкт-Петербурга – к национальной одежде (не более 9%).

Все перечисленные компоненты культурного наследия связаны с этнокультурным туризмом. По данным исследования, этнокультурный туризм предпочитают более 35% респондентов, но интерес к отдельным элементам культурного наследия высокий (более 95%). Следовательно, респонденты, предпочитающие другие виды туризма, также проявляют интерес к элементам культурного наследия.

Анализ интереса туристов к элементам культурного наследия выявил следующие региональные особенности спроса (табл. 5). Интерес к деревянному зодчеству наиболее выражен у предпочитающих историко-познавательный туризм (около 50%). Менее выражен интерес к этнокультурному, экологическому и спортивному туризму (40%), а показатель для сельского и природного туризма еще ниже (менее 40%).

Отмечается высокий интерес к традиционной кухне во всех видах туризма (более 40%), а в экологическом и этнокультурном туризме более 50%. Компонента «праздники и ритуалы» довольно популярна во всех видах туризма (более 30%), и особенно – в спортивном и этнокультурном туризме (более 35%).

Выводы

Исследование показало, что в Республике Карелия потенциал развития этнокультурного туризма в большой степени связан с формированием туристских продуктов, где присутствуют или доминируют такие элементы культурного наследия, как архитектура и традиционная кухня. В рамках других видов туризма при формировании туристских продуктов необходим учет выявленных популярных компонент.

Вместе с тем в туристских продуктах не исключается присутствие других, менее популярных элементов культурного наследия края. При этом следует учитывать и региональный аспект, а именно регион проживания туристов. Так, для жителей Карелии при формировании туристского продукта следует учитывать праздники и ритуалы, для туристов из Москвы – исконные промыслы.

Этнокультурный туризм в настоящее время занимает небольшой сегмент рынка туристских услуг региона. Однако Республика Карелия обладает богатым культурным наследием и привлекательными природными ресурсами. Зачастую этнокультурный продукт «продается» только в комплексе с услугами природного туризма, который занимает доминирующие позиции. Необходимы институциональные условия, позволяющие органично совместить эти продукты, что позволит усилить позиции как природного, так и этнокультурного туризма.

Одним из факторов развития этнокультурного туризма может стать устойчивое сотрудничество туристических фирм с организациями, являющимися потенциальными посредниками (агентами) в предоставлении услуг (музеи, культурные центры, библиотеки, школы и др.). Можно сказать, что целесообразна институционализация «туристической сети», в которую зачастую входят и гостевые дома.

Таблица 1**Республика Карелия: распределение туристов по регионам проживания, %****Table 1****The Republic of Karelia: Breakdown of tourists by region of residence, percent**

Регион проживания	Доля в общем количестве туристов
Москва	16,7
Санкт-Петербург	18,6
Республика Карелия	29,2
Другие регионы	35,5

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 2****Республика Карелия: спрос на виды туризма****Table 2****The Republic of Karelia: Demand for types of tourism**

Виды туризма	Распределение предпочтений по регионам, %	
	Москва	Санкт-Петербург
Спортивный (участие в спортивных мероприятиях, сплав по рекам и т.д.)	34,4	38,2
Экологический (заповедники, экологические тропы и т.д.)	41	41,2
Историко-познавательный (знакомство с историей края)	57,4	48,5
Этнокультурный (знакомство с кухней, бытом, зодчеством, песенными традициями и т.д.)	36,1	41,2
Сельский туризм (знакомство с традиционными видами ведения сельского хозяйства)	3,3	19,1
Природный туризм (охота, рыбалка и т.д.)	21,3	39,7

Продолжение

Виды туризма	Распределение предпочтений по регионам, %	
	Республика Карелия	другие регионы России
Спортивный (участие в спортивных мероприятиях, сплав по рекам и т.д.)	49,5	41,9
Экологический (заповедники, экологические тропы и т.д.)	43,9	40,3
Историко-познавательный (знакомство с историей края)	51,4	55,8
Этнокультурный (знакомство с кухней, бытом, зодчеством, песенными традициями и т.д.)	38,3	31,8
Сельский туризм (знакомство с традиционными видами ведения сельского хозяйства)	11,2	13,2
Природный туризм (охота, рыбалка и т.д.)	28	28,7

Продолжение

Виды туризма	В целом по выборке, %
Спортивный (участие в спортивных мероприятиях, сплавы по рекам и т.д.)	42,2
Экологический (заповедники, экологические тропы и т.д.)	41,6
Историко-познавательный (знакомство с историей края)	53,4
Этнокультурный (знакомство с кухней, бытом, зодчеством, песенными традициями и т.д.)	36,2
Сельский туризм (знакомство с традиционными видами ведения сельского хозяйства)	12,1
Природный туризм (охота, рыбалка и т.д.)	29,3

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 3****Информированность о культурном наследии народов Республики Карелия****Table 3****Awareness about the cultural heritage of the peoples of the Republic of Karelia**

Компоненты	Распределение по регионам проживания туристов, %	
	Москва	Санкт-Петербург
Национальная одежда	22,6	38,7
Исконные промыслы	34	29
Деревянное зодчество	47,2	64,5
Праздники и ритуалы	20,8	29
Традиционная кухня	39,6	56,5
Места, связанные с обожествлением сил природы	20,8	30,6
Устный фольклор, сказания, предания	13,2	24,2
Национальная музыка	17	19,4
Другое	1,9	1,6
Доля ответивших респондентов, %	86,9	91,2

Продолжение

Компоненты	Распределение по регионам проживания туристов, %	
	Республика Карелия	другие регионы России
Национальная одежда	72	29,3
Исконные промыслы	44,9	35
Деревянное зодчество	59,8	53,7
Праздники и ритуалы	47,7	21,1
Традиционная кухня	75,7	48,8
Места, связанные с обожествлением сил природы	39,3	20,3
Устный фольклор, сказания, предания	51,4	23,6
Национальная музыка	48,6	17,9
Другое	2,8	5,7
Доля ответивших респондентов, %	100	94,6

Продолжение

Компоненты	В целом по выборке, %
Национальная одежда	43,2
Исконные промыслы	36,8
Деревянное зодчество	56,5
Праздники и ритуалы	30,7
Традиционная кухня	57,1
Места, связанные с обожествлением сил природы	28,1
Устный фольклор, сказания, предания	30,7
Национальная музыка	27,5
Другое	3,5
Доля ответивших респондентов, %	94,3

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 4**

Интерес к культурному наследию народов Республики Карелия: распределение по регионам проживания туристов, %

Table 4

Demand for the Karelia peoples' cultural heritage components by region of residence of tourists, percent

Компоненты	Регионы	
	Москва	Санкт-Петербург
Национальная одежда	17,2	9,1
Исконные промыслы	27,6	15,2
Деревянное зодчество	36,2	33,3
Праздники и ритуалы	27,6	19,7
Традиционная кухня	34,5	43,9
Места, связанные с обожествлением сил природы	31	31,8
Устный фольклор, сказания, предания	5,2	13,6
Национальная музыка	17,2	12,1
Все указанное	22,4	30,3
Другое	0	0
Доля ответивших респондентов, %	95,1	97,1

Продолжение

Компоненты	Регионы	
	Республика Карелия	другие регионы России
Национальная одежда	20,6	14,3
Исконные промыслы	23,4	26,2
Деревянное зодчество	38,3	42,9
Праздники и ритуалы	37,4	28,6
Традиционная кухня	48,6	34,9
Места, связанные с обожествлением сил природы	24,3	27
Устный фольклор, сказания, предания	21,5	16,7
Национальная музыка	22,4	11,9
Все указанное	15	24,6
Другое	0,9	1,6
Доля ответивших респондентов, %	100	96,9

Продолжение

Компоненты	В целом по выборке
Национальная одежда	15,7
Исконные промыслы	23,5
Деревянное зодчество	38,7
Праздники и ритуалы	29,4
Традиционная кухня	40,6
Места, связанные с обожествлением сил природы	27,7
Устный фольклор, сказания, предания	15,7
Национальная музыка	16
Все указанное	22,4
Другое	–
Доля ответивших респондентов, %	97,5

Источник: авторская разработка*Source:* Authoring**Таблица 5****Интерес к культурному наследию народов Республики Карелия: распределение по видам туризма, %****Table 5****Demand for the cultural heritage components of the Republic of Karelia by type of tourism, percent**

Компоненты	Виды туризма	
	Спортивный	Экологический
Национальная одежда	15,2	18,4
Исконные промыслы	25,8	23,8
Деревянное зодчество	39,7	41,5
Праздники и ритуалы	37,7	31,3
Традиционная кухня	43	50,3
Места, связанные с обожествлением сил природы	30,5	37,4
Устный фольклор, сказания, предания	17,2	20,4
Национальная музыка	16,6	21,1
Все указанное	18,5	23,1
Другое	0,7	2

Продолжение

Компоненты	Виды туризма	
	Историко-познавательный	Этно-культурный
Национальная одежда	17,3	25,6
Исконные промыслы	25,7	25,6
Деревянное зодчество	47,1	42,6
Праздники и ритуалы	32,5	35,7
Традиционная кухня	42,4	52,7
Места, связанные с обожествлением сил природы	29,8	27,9
Устный фольклор, сказания, предания	19,9	20,2
Национальная музыка	20,9	22,5
Все указанное	25,7	29,5
Другое	1,6	1,6

Продолжение

Компоненты	Виды туризма	
	Сельский	Природный
Национальная одежда	31,8	11,3
Исконные промыслы	34,1	29,2
Деревянное зодчество	38,6	36,8
Праздники и ритуалы	31,8	34
Традиционная кухня	43,2	45,3
Места, связанные с обожествлением сил природы	27,3	29,2
Устный фольклор, сказания, предания	25	12,3
Национальная музыка	27,3	14,2
Все указанное	40,9	28,3
Другое	0	1,9

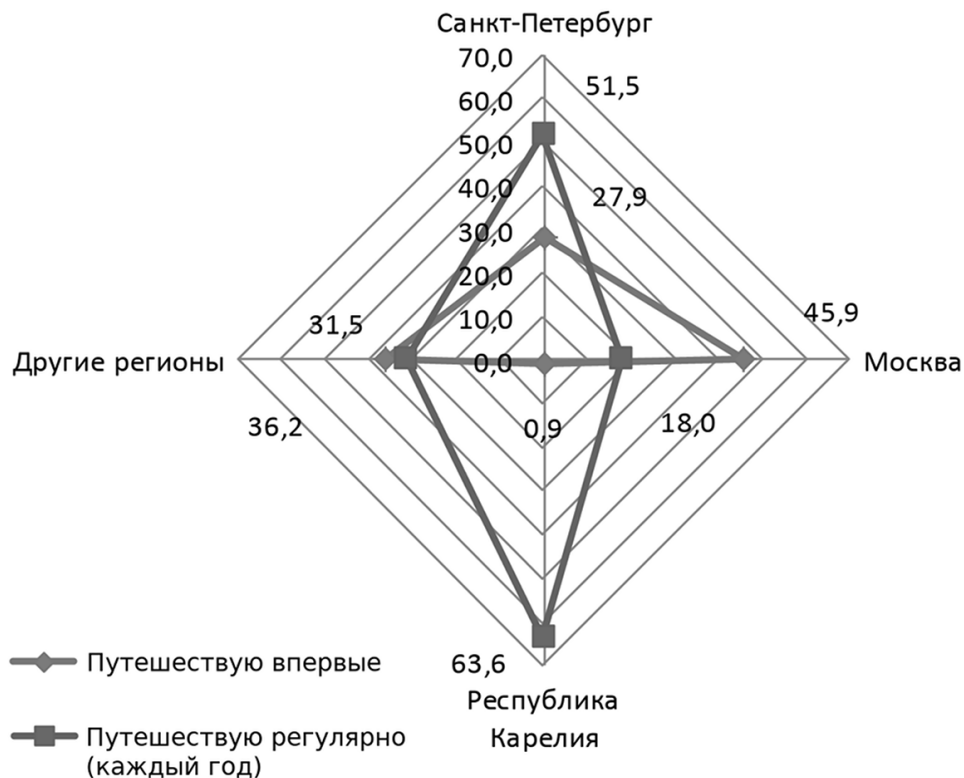
Источник: авторская разработка*Source:* Authoring

Рисунок 1

Регулярность посещения туристами Республики Карелия, %

Figure 1

Frequency of tourist visiting the Republic of Karelia, percent



Источник: авторская разработка

Source: Authoring

Список литературы

1. Сорокин Д.Е., Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В. О проблемах стратегирования развития туризма в регионах России (на примере Краснодарского края и города-курорта Сочи) // Экономика региона. 2017. Т. 13. Вып. 3. С. 764–776.
URL: <https://doi.org/10.17059/2017-3-10>
2. Шарафутдинов В.Н., Онищенко Е.В., Наконечный А.И. Туристские технологические платформы как инструмент обеспечения конкурентоспособности региональных турпродуктов // Регион: экономика и социология. 2019. № 1. С. 114–132.
URL: <https://doi.org/10.15372/REG20190106>

3. *Игнатьева И.Ф.* Многомерность туризма: философский, экономический, политический аспекты // Вестник Санкт-Петербургского университета. Философия и конфликтология. 2017. Т. 33. Вып. 3. С. 307–315.
URL: <https://doi.org/10.21638/11701/spbu17.2017.306>
4. *Jacobides M.G., Cennamo C., Gawer A.* Towards a Theory of Ecosystems. *Strategic Management Journal*, 2018, vol. 39, iss. 8, pp. 2255–2276.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.2904>
5. *Kenney M., Zysman J.* The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, 2016, vol. 32, no. 3, pp. 61–69.
URL: https://www.researchgate.net/publication/309483265_The_Rise_of_the_Platform_Economy
6. *Bianchi R.V., Stephenson M.L.* Deciphering Tourism and Citizenship in a Globalized World. *Tourism Management*, 2013, vol. 39, pp. 10–20.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.006>
7. *Болдырева С.Б.* Влияние туризма на социально-экономическое развитие региона: обобщение российского и зарубежного опыта // Региональная экономика: теория и практика. 2018. Т. 16. Вып. 5. С. 972–988.
URL: <https://doi.org/10.24891/re.16.5.972>
8. *Бугров Д.В.* Историческое наследие и этнокультурные традиции как ресурс развития туристского потенциала регионов // Известия Уральского федерального университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2017. Т. 19. № 4. С. 268–278.
URL: <https://doi.org/10.15826/izv2.2017.19.4.079>
9. *Framke W.* The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2002, vol. 2, iss. 2, pp. 92–108. URL: <https://doi.org/10.1080/15022250216287>
10. *Александрова А.Ю., Аугина Е.В.* Туристский вектор в актуализации культурного наследия // Современные проблемы сервиса и туризма. 2016. Т. 10. № 2. С. 19–28.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-vektor-v-aktualizatsii-kulturnogo-naslediya/viewer>
11. *Полякова М.А.* Культурное наследие и туризм: проблемы взаимодействия и противостояния // Вестник РГГУ. Серия: История. Филология. Культурология. Востоковедение. 2017. № 10-2. С. 240–247.

URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-nasledie-i-turizm-problemy-vzaimodeystviya-i-protivostoyaniya/viewer>

12. *Афанасьев О.Е.* Шедевры устного и нематериального культурного наследия человечества: роль и функции в туризме // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2016. Т. 10. № 3. С. 7–17.
URL: <https://doi.org/10.12737/21095>
13. *Меркулина И.А., Рассуль С.М.А.М.* Роль экологического туризма в социально-экономическом развитии общества // *Интернет-журнал «Наукоеведение»*. 2014. № 5.
URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/152EVN514.pdf>
14. *Воронина Ю.Н.* Особенности современного развития туризма и методы его организации на особо охраняемых территориях // *Географический вестник*. 2016. № 3. С. 127–137.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennogo-razvitiya-turizma-i-metody-ego-organizatsii-na-osobo-ohranyaemyh-territoriyah/viewer>
15. *Новосельская В.В.* Место культурного наследия в туристской деятельности региона (на материалах Республики Крым) // *Культура и цивилизация*. 2020. Т. 10. № 5А. С. 13–22. URL: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-culture-2020-5/2-novoselskaya.pdf>
16. *Колесникова Н.В., Колесников Н.Г., Плотникова В.С.* Туризм и нематериальное культурное наследие: карело-финский эпос «Калевала» как аттрактор в информационном поле дестинации // *Современные проблемы сервиса и туризма*. 2016. Т. 10. № 3. С. 115–123. URL: <https://doi.org/10.12737/21109>
17. *Васильева А.В.* Оценка развития региональной рекреационной системы в Республике Карелия по динамике посещаемости основных рекреационных объектов // *Региональная экономика: теория и практика*. 2020. Т. 18. Вып. 9. С. 1799–1816.
URL: <https://doi.org/10.24891/re.18.9.1799>
18. *Соломина И.Ю., Филатова М.С.* Оценка возможностей этнокультурного тура «Святыни Земли Карельской» методом SWOT-анализа // *Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса*. 2021. Т. 7. № 2. С. 24–34.
URL: <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2021-7-2-0-3>

Информация о конфликте интересов

Мы, авторы данной статьи, со всей ответственностью заявляем о частичном и полном отсутствии фактического или потенциального конфликта интересов с какой бы то ни было третьей стороной, который может возникнуть вследствие публикации данной статьи. Настоящее заявление относится к проведению научной работы, сбору и обработке данных, написанию и подготовке статьи, принятию решения о публикации рукописи.

pISSN 2073-1477
eISSN 2311-8733

Recreation and Tourism

PECULIARITIES OF FORMING DEMAND FOR CULTURAL HERITAGE IN THE TOURIST MARKET OF THE REPUBLIC OF KARELIA

Raisa V. BELAYA ^{a,*},
Tat'yana V. MOROZOVA ^b,
Galina B. KOZYREVA ^c,
Arsenii A. MOROZOV ^d

^a Institute of Economics, Karelian Research Center
of Russian Academy of Sciences (IE KarRC RAS),
Petrozavodsk, Russian Federation
belaya@krc.karelia.ru
<https://orcid.org/0000-0003-4100-5038>

^b Institute of Economics, Karelian Research Center
of Russian Academy of Sciences (IE KarRC RAS)
morozova.ras@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-6639-2519>

^c Institute of Economics, Karelian Research Center
of Russian Academy of Sciences (IE KarRC RAS)
kozyrevakrc@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0001-9303-0361>

^d Institute of Economics, Karelian Research Center
of Russian Academy of Sciences (IE KarRC RAS)
morozov589@gmail.com
<https://orcid.org/0000-0003-0873-5071>

* Corresponding author

Article history:

Article No. 316/2022
Received 4 July 2022
Received in revised
form 16 August 2022
Accepted 3 Sept 2022
Available online
13 October 2022

JEL classification:

L83, Z31, Z32

Keywords: Republic of
Karelia, region, social
heritage, tourism
market, demand for
ethnocultural tourism

Abstract

Subject. This article deals with the issues of differentiation of demand for different types of tourism in the Republic of Karelia.

Objectives. The article aims to assess the prospects of ethnocultural tourism in the Republic of Karelia.

Methods. For the study, we used a statistical analysis.

Results. The article assesses the potential demand for an ethnocultural product in the market of tourist services of the Republic of Karelia and reveals the differentiation of demand depending on the region of residence of tourists.

Conclusions. Institutional conditions are needed to help to organically combine ethnocultural and nature tourism services. This will rise the position of the industry in the economy of the Republic of Karelia.

© Publishing house FINANCE and CREDIT, 2022

Please cite this article as: Belaya R.V., Morozova T.V., Kozyreva G.B., Morozov A.A. Peculiarities of Forming Demand for Cultural Heritage in the Tourist Market of the Republic of Karelia. *Regional Economics: Theory and Practice*, 2022, vol. 20, iss. 10, pp. 1985–2006. <https://doi.org/10.24891/re.20.10.1985>

Acknowledgments

The article was written within the framework of State job to the Karelian Research Center of the Russian Academy of Sciences, *Comprehensive Research and Development of the Basics of Sustainable Development Management of the North and Border Zones of Russia in the Context of Global Challenges*.

References

1. Sorokin D.E., Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V. [On the problems of strategic development of tourism in the regions of Russia (Case of the Krasnodar Region and the Resort City of Sochi)]. *Ekonomika regiona = Economy of Region*, 2017, vol. 13, iss. 3, pp. 764–776. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.17059/2017-3-10>
2. Sharafutdinov V.N., Onishchenko E.V., Nakonechny A.I. [Tourism technological platform as a tool to ensure the competitiveness of regional tourism products]. *Region: ekonomika i sotsiologiya = Region: Economics and Sociology*, 2019, no. 1, pp. 114–132. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.15372/REG20190106>
3. Ignat'eva I.F. [Multidimensionality tourism: philosophical, economic, political aspects]. *Vestnik Sankt-Peterburgskogo universiteta. Filosofiya i konfliktologiya = Vestnik of Saint Petersburg University. Philosophy and Conflict Studies*, 2017, vol. 33, iss. 3, pp. 307–315. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.21638/11701/spbu17.2017.306>
4. Jacobides M.G., Cennamo C., Gawer A. Towards a Theory of Ecosystems. *Strategic Management Journal*, 2018, vol. 39, iss. 8, pp. 2255–2276.
URL: <https://doi.org/10.1002/smj.2904>
5. Kenney M., Zysman J. The Rise of the Platform Economy. *Issues in Science and Technology*, 2016, vol. 32, no. 3, pp. 61–69.
URL: https://www.researchgate.net/publication/309483265_The_Rise_of_the_Platform_Economy

6. Bianchi R.V., Stephenson M.L. Deciphering Tourism and Citizenship in a Globalized World. *Tourism Management*, 2013, vol. 39, pp. 10–20.
URL: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.03.006>
7. Boldyreva S.B. [The impact of tourism on socio-economic development of the region: Generalization of Russian and foreign experience]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika = Regional Economics: Theory and Practice*, 2018, vol. 16, iss. 5, pp. 972–988. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24891/re.16.5.972>
8. Bugrov D.V. [Historical heritage and ethno-cultural traditions as a development resource of the tourist potential of regions]. *Izvestiya Ural'skogo federal'nogo universiteta. Seriya 2: Gumanitarnye nauki = Izvestia. Ural Federal University Journal. Series 2. Humanities and Arts*, 2017, vol. 19, no. 4, pp. 268–278. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.15826/izv2.2017.19.4.079>
9. Framke W. The Destination as a Concept: A Discussion of the Business-related Perspective versus the Socio-cultural Approach in Tourism Theory. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 2002, vol. 2, iss. 2, pp. 92–108. URL: <https://doi.org/10.1080/15022250216287>
10. Aleksandrova A.Yu., Aigina E.V. [Tourism vector in cultural heritage actualization]. *Sovremennye problemy servisa i turizma = Service and Tourism: Current Challenges*, 2016, vol. 10, no. 2, pp. 19–28.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/turistskiy-vektor-v-aktualizatsii-kulturnogo-naslediya/viewer> (In Russ.)
11. Polyakova M.A. [Cultural heritage and tourism: Interaction and confrontation]. *Vestnik RGGU. Seriya: Istoriya. Filologiya. Kul'turologiya. Vostokovedenie = RGGU Bulletin. Series: History. Philology. Cultural Studies. Oriental Studies*, 2017, no. 10-2, pp. 240–247.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kulturnoe-nasledie-i-turizm-problemy-vzaimodeystviya-i-protivostoyaniya/viewer> (In Russ.)
12. Afanas'ev O.E. [Masterpieces of the oral and intangible heritage of humanity: The role and function in tourism]. *Sovremennye problemy servisa i turizma = Service and Tourism: Current Challenges*, 2016, vol. 10, iss. 3, pp. 7–17. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.12737/21095>
13. Merkulina I., Rassul S.M.A.M. [The role of eco-tourism in the socio-economic development of society]. *Internet-zhurnal Naukovedenie*, 2014, no. 5. (In Russ.) URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/152EVN514.pdf>

14. Voronina Yu.N. [Features of modern development of tourism and methods of its organization on specially protected territories]. *Geograficheskii vestnik* = *Geographical Bulletin*, 2016, no. 3, pp. 127–137.
URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/osobennosti-sovremennogo-razvitiya-turizma-i-metody-ego-organizatsii-na-osobo-ohranyaemyh-territoriyah/viewer> (In Russ.)
15. Novosel'skaya V.V. [A place of cultural heritage in the tourist activities of the region (Based on materials of the Republic of Crimea)]. *Kul'tura i tsivilizatsiya* = *Culture and Civilization*, 2020, vol. 10, iss. 5A, pp. 13–22.
URL: <http://www.publishing-vak.ru/file/archive-culture-2020-5/2-novoselskaya.pdf> (In Russ.)
16. Kolesnikov N.V., Kolesnikova N.G., Plotnikova V.S. [Tourism and intangible cultural heritage: Karelian-Finnish epic poem “Kalevala” as attractor in information field of destination]. *Sovremennye problemy servisa i turizma* = *Service and Tourism: Current Challenges*, 2016, vol. 10, iss. 3, pp. 115–123. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.12737/21109>
17. Vasil'eva A.V. [The regional recreation system of the Republic of Karelia: Development assessment by attendance of major recreational facilities]. *Regional'naya ekonomika: teoriya i praktika* = *Regional Economics: Theory and Practice*, 2020, vol. 18, iss. 9, pp. 1799–1816. (In Russ.)
URL: <https://doi.org/10.24891/re.18.9.1799>
18. Solomina I.Yu., Filatova M.S. [Assessment of the possibilities of the ethnocultural tour "Shrines of the Karelian Land" by SWOT analysis]. *Nauchnyi rezul'tat. Tekhnologii biznesa i servisa*, 2021, vol. 7, iss. 2, pp. 24–34. (In Russ.) URL: <https://doi.org/10.18413/2408-9346-2021-7-2-0-3>

Conflict-of-interest notification

We, the authors of this article, bindingly and explicitly declare of the partial and total lack of actual or potential conflict of interest with any other third party whatsoever, which may arise as a result of the publication of this article. This statement relates to the study, data collection and interpretation, writing and preparation of the article, and the decision to submit the manuscript for publication.