

*На правах рукописи*

**Кайзер Филипп Юрьевич**

**ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ  
ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ  
(НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАССА)**

25.00.24 – Экономическая, социальная, политическая и рекреационная  
география

Автореферат  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата географических наук

Иркутск – 2021

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего образования «Кемеровский государственный университет»

**Научный руководитель:** **Мекуш Галина Егоровна**  
доктор экономических наук, профессор,  
Кемеровский государственный  
университет, заведующая кафедрой  
региональной и отраслевой экономики

**Официальные оппоненты:** **Дунец Александр Николаевич**  
доктор географических наук, доцент,  
Алтайский государственный университет,  
профессор кафедры экономической  
географии и картографии Института  
географии

**Санжеев Эрдэни Доржиевич**  
кандидат географических наук,  
Байкальский институт  
природопользования СО РАН,  
старший научный сотрудник  
лаборатории экономики  
природопользования

**Ведущая организация:** Федеральное государственное бюджетное  
образовательное учреждение высшего  
образования «Кубанский государственный  
университет»

Защита состоится 21 декабря 2021 года в 14.00 часов на заседании диссертационного совета Д 003.010.01, созданного на базе Федерального государственного бюджетного учреждения науки Институт географии им. В.Б. Сочавы Сибирского отделения Российской академии наук по адресу: 664033, г. Иркутск, ул. Улан-Баторская, 1, конференц-зал.  
E-mail: atutova@mail.ru

С диссертацией можно ознакомиться в научной библиотеке Института географии им. В.Б. Сочавы СО РАН и на сайте <http://www.irigs.irk.ru>.

Автореферат разослан «\_\_» \_\_\_\_\_ 2021 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета

Атутова Жанна Владимировна

## ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ

**Актуальность.** В связи с возрастающей ролью туризма в развитии стран и регионов на повестку дня встает вопрос о поиске путей эффективного управления данной отраслью. Для этого отдельными регионами проводится оценка туристско-рекреационного потенциала, формирование новых туристско-рекреационных систем и анализ состояния уже существующих, создание туристско-рекреационных кластеров и т.п. Кроме того, для повышения конкурентных преимуществ и реструктуризации видов деятельности регионы начинают идентифицировать туристские образы территорий, которые в современном мире становятся важным экономическим ресурсом и одним из ключевых факторов конкурентоспособности региона, города или страны. Туристские образы территорий во многом определяют их привлекательность, порождают желание их посетить и оказывают влияние на развитие рекреации и туризма на данных территориях.

Кемеровская область – Кузбасс как типичный индустриальный регион обладает уникальными природно-рекреационными ресурсами, богатым историко-культурным наследием, что способствует развитию многих видов туризма, но, несмотря на это, регион не является популярным в этой сфере у жителей России, а тем более у иностранных туристов. Одним из важных направлений является построение на основе конкурентных преимуществ региона стабильного и легко узнаваемого туристского образа Кемеровской области. Поэтому в данной ситуации актуализируется научная задача исследования проблемы формирования туристского образа территории на основе системного подхода.

**Степень разработанности темы исследования.** Изучение особенностей формирования туристского образа территорий в рамках социально-экономических и рекреационных исследований отражено в работах А.Ю. Александровой, А.Н. Дунца, О.А. Климановой, А.В. Кротова, М.К. Куницы, Е.В. Никаноровой и других. Разработкой понятийно-терминологического аппарата образа территории, а также развитием общенаучных и специальных географических подходов и методов исследования проблемы занимались А.Ю. Александрова, М.В. Гудковских, Д.Н. Замятин, Н.Ю. Замятина, Н.А. Левочкина, Е.А. Джанджугазова, Н.А. Емельянова, М.В. Цекина, В.В. Чихичин и другие авторы.

Несмотря на то, что изучению состояния развития туризма в Кемеровской области и его вклада в экономку региона, перспектив развития различных видов туризма, оценке туристско-рекреационного потенциала, состоянию туристской инфраструктуры, обеспеченности отрасли кадрами, туристско-рекреационному районированию, а также кластерной политики туристской отрасли посвящено значительное количество работ (С.Д. Тивяков, О.С. Андреева, О.А. Брель, О.А. Горяева, К.И. Деревянко, С.Н. Левин, А.И. Зайцева (Литвак), Г.Е. Мекуш, Д.Г. Сыраев, К.В. Юматов и др.),

исследования по формированию туристского образа в рамках индустриального региона – Кузбасса до настоящего времени не проводились.

**Объект исследования** – туристский образ территории.

**Предмет исследования** – структурные и территориальные особенности формирования туристского образа Кемеровской области.

**Цель** диссертационного исследования состоит в выявлении, анализе и научном обосновании экономико-географических особенностей формирования туристского образа территории на основе системного подхода.

Поставленная в работе цель обусловила решение следующих **задач**:

1. Проанализировать эволюцию формирования понятия «туристский образ».

2. Изучить отечественные и зарубежные научные подходы и методы исследования туристского образа территории.

3. Определить составляющие формирования туристского образа территории.

4. Провести экономико-географический анализ, выявить особенности и предпосылки формирования туристского образа территории на примере Кемеровской области – Кузбасса.

5. Разработать, научно обосновать и апробировать системный подход к формированию туристского образа территории.

6. Охарактеризовать туристский образ туристско-рекреационных районов Кемеровской области и разработать рекомендации по дальнейшему формированию туристского образа региона в целом.

**Теоретическую и методологическую основу** составили работы отечественных и зарубежных авторов, изучающих туристские образы территорий с позиции различных научных дисциплин, в первую очередь рекреационной географии, маркетинга и брендинга территорий. Концептуальные и частью методологические рамки исследования сформированы под влиянием работ отечественных и зарубежных авторов, таких как А.Ю. Александрова, В.И. Блануца, Ю.А. Веденин, Ю.Н. Голубчиков, О.В. Евстропьева, Т.И. Заборцева, И.В. Зорин, В.И. Зырянов, В.А. Квартальнов, Л.М. Коротный, В.И. Кружалин, Т.А. Лобанова, Н.М. Лужкова, Л.Ю. Мажар, Н.С. Мироненко, Б.Б. Родоман, С.В. Рященко, Н.М. Сысоева, Н.В. Шабалина, M. Baud-Vovy, J.L. Crompton, P.C. Fakeye, F. Lawson, S. Pike и других.

Изучению географических и туристских образов стран и регионов, выявлению составляющих туристского образа, а также определению его функций посвящены работы А.Ю. Александровой, Н.В. Гуляевой, Н.В. Горощко, С.А. Гурова, О.Д. Дашковской, Е.А. Джанджугазовой, Д.Н. Замятина, Н.Ю. Замятиной, Н.А. Емельяновой, О.А. Климановой, А.В. Кротова, М.Н. Куницы, Н.А. Мазуренко, Е.В. Никаноровой, А.Н. Дунца, И.А. Колупановой, И.И. Руцинской, В.В. Чихичина и других.

Общенаучной базой изучения туристского бренда территории послужили труды отечественных и зарубежных экономистов, социологов,

географов о сущности бренда в экономике и туризме (Е.А. Джанджугазова, В.Н. Домнин, А.Б. Жерукова, Ю.Е. Холодилина, Т.В. Черевичко, Е.В. Жертовская, J.M.T. Balmer, K.L. Keller, Ph. Kotler, D.R. Lehmann), а также о туристском брендинге территорий (О.Е. Афанасьев, В.С. Блашенкова, И.С. Важенина, Д.В. Визгалов, А.О. Чернякина, М.В. Селюков, А. Стась, А.Г. Шестопалов, А.А. Кошелев, Г. Ханов, Н.П. Шалыгина, Е.В. Курач, G.J. Ashworth, W.C. Garther, S. Hosany и другие).

Результаты исследований вышеуказанных ученых оказали влияние на формирование научного мировоззрения автора. Несмотря на достаточно высокий уровень разработки отдельных направлений данной проблемы в работах как зарубежных, так и отечественных ученых не уделено должного внимания системному подходу к формированию туристского образа территории.

**Основными методологическими подходами** послужили территориальный и системный. В работе использованы как общенаучные, так и специальные географические **методы**, а именно: сравнительно-географический, описательный, аналитический, статистический, социологический (интервью), балльной оценки, картографический, а также метод районирования.

**Информационная база исследования.** Основной базой и материалами исследования послужили: публикации отечественных и зарубежных авторов по теме исследования, стратегии и программы развития внутреннего и въездного туризма Кемеровской области, данные Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области, ежегодные доклады Национального туристического рейтинга, ответы респондентов, а также другие открытые источники (туристские интернет-порталы, блоги и т.п.).

Наиболее существенные научные результаты исследования, составляющие его **научную новизну**, заключаются в следующем:

- проведен анализ и обобщен российский и зарубежный опыт исследований туристского образа территории, а также сгруппированы общенаучные и специальные географические подходы и методы исследования туристского образа;

- выявлены и научно обоснованы структурные и функциональные особенности туристского образа территории;

- разработан системный подход к формированию туристского образа территории;

- идентифицированы туристско-рекреационные районы Кемеровской области, и на основе системного подхода предложены их потенциальные туристские образы.

**Теоретическая значимость** исследования заключается в расширении и содержательном наполнении понятия «туристский образ территории»; в выявлении и группировке научных подходов и методов исследования туристского образа; в определении и обобщении составляющих туристского образа территории, а также дополнении его функций; в обосновании

закономерностей внутренних взаимосвязей и взаимозависимостей компонентов туристского образа территории.

**Практическая значимость** исследования заключается в возможности применения полученных результатов и собственных выводов автора при разработке и модернизации стратегий и целевых программ развития туризма в Кемеровской области. Выполненная географическая привязка туристских аттракторов, а также построенные картосхемы туристско-рекреационных районов Кемеровской области могут послужить основой для дальнейшего развития туризма в регионе. Результаты исследования могут использоваться в преподавании профильных дисциплин на географических и туристских направлениях в образовательных учреждениях высшего образования (Туризм, Туристско-рекреационные ресурсы региона, Рекреационная география, География туризма, Теория регионального и пространственного развития и др.).

**На защиту выносятся следующие основные положения:**

1. Выделение и анализ составляющих и функций туристского образа территории – неотъемлемая часть его общественно-географического изучения и оценки. Туристский образ территории это категория динамичная, многокомпонентная и многофункциональная, под которой подразумевается представление человека о дестинации, основанное на его чувствах, эмоциях и первичных знаниях до и во время посещения территории, а также общего восприятия дестинации после ее посещения с последующей трансляцией этого восприятия.

2. Системный подход, основанный на взаимосвязи и взаимозависимости таких компонентов как турист, территория, ее бренд, отбор информации, определение ядра туристского образа, а также выявлении экономико-географических особенностей территории, способствует формированию целостного привлекательного туристского образа и устойчивому развитию туристской дестинации.

3. Идентификация туристско-рекреационных районов выступает основой выявления территориально дифференцированных видов туризма, имеющихся потенциальных туристских брендов, ядер формирования туристского образа территории, позволяет осуществить интегральную оценку туристской привлекательности данных районов, а также выявить специфичный туристский образ каждого выделенного района, что в итоге способствует формированию туристского образа территории в целом.

**Апробация.** По теме диссертации опубликовано 17 печатных работ, включая 4 статьи в журналах из списка ВАК РФ, 1 работу в издании, индексируемом в базе данных Scopus. Также материалы диссертации представлены и обсуждались на 12 конференциях международного и всероссийского уровней: IV Всероссийская научно-практическая конференция с международным участием «Туризм в современном мире: направления и тенденции развития» (Хабаровск, 2013); IV Всероссийская научно-практическая конференция «Эколого-географические проблемы регионов России» (Самара, 2013); IX (XLI) Международная научно-

практическая конференция «Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей» (Кемерово, 2014); XII Международная научно-практическая конференция «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» (Москва, 2017); Всероссийская научная конференция «Фундаментальные и прикладные аспекты устойчивого развития ресурсных регионов» (Новокузнецк, 2017); Международная научная конференция «Современные тенденции пространственного развития и приоритеты общественной географии» в рамках IX Ежегодной научной ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов (Барнаул, 2018); Международная научная конференция «Общественная география в меняющемся мире: фундаментальные и прикладные исследования» (Казань, 2019); XIV Международная научно-практическая конференция «Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования» (Москва, 2019); Международная научная конференция «Общественно-географическая структура и динамика современного евразийского пространства: вызовы и возможности для России и ее регионов» (Владивосток, 2020); Всероссийская конференция с международным участием «Цифровая география» (Пермь, 2020), V Всероссийская конференция с международным участием «Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации» (г. Севастополь, 2020); Международная научно-практическая конференция «Географические исследования Сибири и Алтае-Саянского трансграничного региона» (г. Барнаул, 2021).

**Личный вклад автора** состоит в проведении теоретического анализа состояния исследуемой проблемы; в непосредственном участии в сборе, анализе и систематизации исходных данных на всех этапах исследования; проведении SWOT-анализа всех туристско-рекреационных районов Кемеровской области; создании карт туристско-рекреационных районов Кемеровской области с использованием QGIS 3.14; разработке системного подхода к формированию туристского образа территории. Подготовка к печати научных работ, отражающих результаты исследований, осуществлялась как самостоятельно, так и при участии соавторов.

**Достоверность полученных результатов** обеспечивается анализом большого фактического материала с опорой на исследования отечественными и зарубежными исследователями проблемы формирования туристского образа территории. Сделанные в работе выводы подкреплены статистическими и экспериментальными данными и апробацией результатов исследований.

**Объем и структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка литературы и приложений. Общий объем работы составляет 205 страниц, 26 цветных и черно-белых рисунков (в том числе 16 картосхем), 13 таблиц и 7 приложений. Библиографический список включает 190 наименований, в том числе 35 иностранных источников.

## ОСНОВНОЕ СОДЕРЖАНИЕ РАБОТЫ

**Во введении** обоснована актуальность темы, определены объект, предмет, цель, задачи, подходы и методы, научная новизна, теоретическая и практическая значимость, сформулированы основные положения, выносимые на защиту, показаны достоверность и апробация результатов исследовательской работы.

**В главе 1 «Теоретико-методологические основы исследования туристского образа территории»** приведена общая характеристика туристского образа территории, осуществлен анализ степени проработанности проблемы с позиции рекреационной географии, экономики, туризма, содержательно обобщены основные подходы к исследованию туристского образа территории, определены структура и функции туристского образа территории, также предложен системный подход к его формированию.

В настоящее время наряду с географическим образом возрастает интерес к изучению туристского образа территории, особенно это наблюдается в тех странах, где туризм становится одним из ключевых отраслей экономики. Работы, посвященные туристскому образу, начали появляться в зарубежных исследованиях в 1970-х гг. (F. Lawson, M. Baud-Vovу, E.J. Mayo, J.D. Hunt и др.). Так F. Lawson и M. Baud-Vovу (1977) определяли туристский образ как *«выражение всего объективного знания, предрассудков, воображения и эмоциональной мысли индивида или группы о конкретной территории»*. Данный подход в своих работах существенно уточнили и дополнили K.S. Chon, C.M. Echtner, J.B. Ritchie (1990, 1991).

Проанализировав работы других авторов (P.C. Fakeye, J.L. Crompton, A. (1991), Beerli, J.D. Martin (2004)), можно обобщить определение туристского образа территории *«как сумму всех убеждений, идеи и впечатления, которые ассоциируются у людей с местом (дестинацией)»*. С точки зрения других зарубежных авторов (L. Hernandez-Lobato, M.M. Solis-Radilla, M.A. Moliner-Tena, J. Sanchez-Garcia (2006)), туристский образ – это субъективная интерпретация реальности туристом. Следовательно, туристский образ во многом субъективен, потому что основан на восприятии туристом тех мест, которые он посещал или слышал о них.

Весьма интересный опыт по проблемам формирования туристского образа территории сформирован российскими исследователями. Так, Я.Г. Машбиц (1998) развивая вопросы страноведения, особое место уделял своеобразию и уникальности территории. Первое знакомство с территорией, согласно автору, начинается с генерализированной и концентрированной общей характеристики страны или района, способной в полной мере раскрыть географические разнообразия и определить их типаж.

Такой подход отчасти возможно применять и к вопросу туристского образа территории, комбинируя и дополняя как общую характеристику

страны или региона, так и более генерализированную туристскую информацию. Следовательно, туристский образ логично рассматривать в иерархии образно-географической информации о территории как составляющей страноведения и географического образа, что отражено на рисунке 1.



Рис. 1. Иерархия образно-географической информации о территории (составлено по Я.Г. Машбицу (1998) с дополнениями автора)

В свою очередь О.А. Климанова и Н.О. Тельнова (2008) определяют туристский образ как *«систему рационально и эмоционально сформированных представлений, в основе которой лежат специфические особенности территории, подчеркивающие индивидуальность территории с точки зрения массового туризма»*. А.Ю. Александрова (2010) туристский образ страны определяет как своего рода визитную карточку территории, туристский образ, в отличие от географического образа *«обязательно является не только наглядным и узнаваемым, но и широко тиражируемым, делает больший акцент на уникальных чертах или объектах территории»*.

Анализ литературы по теме исследования, а также сравнение отечественных и зарубежных подходов к определению туристского образа показали, что до сих пор общепринятая дефиниция туристского образа территории недостаточно изучена. В связи с этим, в работе предложено понятие туристского образа территории как *«представление человека о дестинации, основанное на его чувствах и эмоциях и первичных знаниях до и во время посещения территории, а также общего восприятия дестинации после ее посещения с последующей трансляцией этого восприятия»*.

Исследование общенаучных и специальных географических подходов и методов показало необходимость их группировки для комплексной оценки условий и факторов формирования туристского образа территории. По мнению автора, наиболее оптимальными методами исследования туристского образа территории являются: сравнительно-географический, количественный, социологический, социально-психологический, картографический, а также метод районирования. К наиболее оптимальным научным подходам исследования туристского образа автор относит территориальный и системный.

Помимо этого, выделены, обобщены и дополнены структурные особенности туристского образа территории (рис. 2). Предложенная схема отражает совокупность составляющих, которые, по мнению автора, наиболее полно оказывают влияние на формирование целостного туристского образа территории (*географическая, социально-экономическая, историческая, атрибутивная, психологическая, этническая, культурная*).



Рис. 2. Составляющие туристского образа территории  
(составлено автором)

Что касается функций туристского образа территории, данный вопрос в отечественной литературе изучен недостаточно. Однако есть ряд работ, прямо или косвенно рассматривающих функции туристского образа. Например, М.Н. Куница (2017) предлагает следующие функции: *лимитирующую* (отсутствие или недостаточная сформированность, негативные черты образа, влияющие на процесс менеджмента), *дифференцирующую* (проявляется в двух аспектах: временном, определяющем цикличность развития туристского образа с изменением системы управления на каждой стадии, и пространственном, формирующим разнообразие и специфику образа как фактора региональной туристской политики), *оптимизирующую* (достижение «оптимума» при эффективном использовании в региональном менеджменте существующего положительного туристского имиджа на «зрелой» стадии дестинации).

В дополнении к этому автором предложены следующие функции туристского образа территории, позволяющие более полно отразить его структурно-функциональные особенности:

- *мультипликативная*, выраженная в зависимости развития туристской индустрии в целом от качественного и количественного роста отдельных показателей компонентов туристского образа (популяризация событий, продвижение бренда и слогана территории и т.п.);

- *идентификационная*, обеспечивающая отождествление человека (туриста) с определенной социальной группой (в данном случае туристы) при посещении дестинации;
- *кумуляционная*, проявляющаяся в накоплении и сохранении определенных впечатлений и эмоций от посещения дестинации, а также создании личного туристского образа территории;
- *трансляционная*, обеспечивающая преемственность туристского образа территории от одного человека к другому, другими словами передача личного опыта посещения дестинации одного туриста к потенциальному туристу этой дестинации;
- *информационная (рекламная)*, выраженная во взаимодействии дестинации и туриста посредством информирования в СМИ, интернете, социальных сетях, журналах и т.п. для поддержания интереса к туристской территории.

Для наиболее полной оценки условий и факторов формирования туристского образа территории, дальнейшего масштабирования и продвижения дестинации на российском и международном туристских рынках, предложен системный подход, основанный на взаимосвязи и взаимозависимости следующих компонентов: турист, территория, отбор информации, совокупность атрибутов, ядро туристского образа территории, бренд территории, туристская привлекательность (рис. 3).



Рис. 3. Системный подход к формированию туристского образа территории (составлено автором)

Основополагающей целью туризма является удовлетворение потребностей и ожиданий *туриста*, на основе которых строятся его впечатления. *Территория* выступает как своеобразное пространство для этих впечатлений, заполненное уникальными *атрибутами*, наличие и продвижение которых способствует формированию узнаваемого образа территории.

В процессе выбора территории для ее дальнейшего посещения туристом осуществляется *отбор информации*, либо, если турист уже находится на территории пребывания, идет дополнительный отбор информации с целью ознакомления с туристскими объектами, что в целом влияет на построение образа территории в представлении туриста.

Важную роль в этом процессе играют *ядра туристского образа территории*, которые в отличие от *туристского бренда* территории, обладают конкретным местоположением, в то время, как бренд носит преимущественно абстрактный характер и не всегда отображает конкретное место, а зачастую ассоциируется со всей дестинацией.

Привлекательность территории является наиболее значимым аспектом формирования туристского образа, поскольку включает в себя инвестиционную, информационную, миграционную, а также *туристскую привлекательность*, что в совокупности сказывается на конкурентоспособности территории.

Все обозначенные компоненты являются неотъемлемыми в формировании туристского образа территории. Отличительной особенностью предложенного подхода является его комплексность, многокомпонентность, универсальность и широкая тиражируемость, позволяющие применять его для большинства регионов с разным уровнем развития туризма и разной экономической специализацией.

В главе 2 «*Экономико-географический анализ предпосылок формирования туристского образа Кемеровской области*» подробно проанализированы современное состояние туристской сферы Кемеровской области и ее роль в развитии экономики Кузбасса, изучена позиция региона в национальном туристическом рейтинге, идентифицированы туристско-рекреационные районы Кемеровской области, и на основе этого определены предпосылки формирования туристского образа региона.

Для выявления предпосылок формирования туристского образа Кузбасса на основе данных Федеральной службы государственной статистики по Кемеровской области проведена оценка влияния туризма на диверсификацию экономики региона. Для этого проанализирована структура ВРП, а также объем платных услуг населению, прямо или косвенно связанных с туризмом (табл. 1). Несмотря на то, что общая доля туристского сектора за несколько лет изменилась незначительно, мультипликативный эффект, который он оказывает, в будущем может положительно отразиться на состоянии сферы услуг и экономике всего региона. Реализация консервативного сценария, предусматривающего поддерживающее развитие

традиционных секторов, не исключает возможностей развития отрасли туризма.

Таблица 1

Объем и структура платных услуг населению по отдельным видам  
в период 2015-2019 гг. (тыс. рублей)

Показатель	2015	2016	2017	2018	2019
Объем платных услуг – всего, тыс. рублей	97233607,8	101303651,6	109795061,3	116987497,4	126005446,1
<i>из них:</i>					
Платные услуги, прямо или косвенно связанные с туризмом	9334788,5	8768737,8	9041345,7	9414401,2	10142242,1
<i>из них:</i>					
Санаторно-оздоровительные	1398565,2	1051812,9	1160065	1052159,3	1100919,2
Туристические и экскурсионные	4256527,7	3884755,6	4010471,9	4116878,8	4276396,1
Услуги гостиниц и аналогичных средств размещения	1157910,9	1273120,9	1344497,5	1339574,5	1628039,5
Учреждений культуры	1519497,3	1490112,2	1425064,9	1644622,8	1760222,3
Физической культуры и спорта	1002287,4	1068936,2	1101246,4	1261165,8	1376665

В дополнении к этому, проанализированы позиции, занимаемые Кемеровской областью в рейтинге туристской привлекательности регионов России. Результаты демонстрируют изменение показателей, характеризующих состояние туристской отрасли Кемеровской области за последние годы, определяют их роль в повышении конкурентоспособности региона на туристском рынке страны, что способствует дальнейшему формированию туристского образа региона.

Также в ходе исследования проведен анализ состояния туристско-рекреационного районирования Кемеровской области. Результаты анализа показали, что рекреационное районирование региона основано преимущественно на природно-географических признаках. Так критериями выделения природно-рекреационных районов (С.Д. Тивяков, 1989 г.) выступали: внутреннее единство природы, преобладающие виды туризма в районе (чаще природоориентированные), степень туристской освоенности территории.

Данный подход к районированию в ходе исследования был дополнен и скорректирован в соответствии с границами муниципальных образований

Кемеровской области, учтена социально-экономическая составляющая. Ранее отсутствовали четкие описания границ, в связи с чем один муниципальный район (или городской округ) мог относиться сразу к нескольким рекреационным районам, что затрудняло дальнейшее использование районирования при разработке планов мероприятий, программ, а также стратегий развития туристской деятельности в Кемеровской области.

На основе этого для обеспечения сбора статистических данных, построения тематических карт, а также пространственной привязки компонентов формирования туристского образа территории, были идентифицированы *туристско-рекреационные районы*, составлена их обновленная характеристика с указанием границ муниципальных образований, площадей, численности населения, что позволило в полной мере выявить перспективные виды туризма, аттракторы, точки притяжения туристов для конкретных районов (рис 4.).

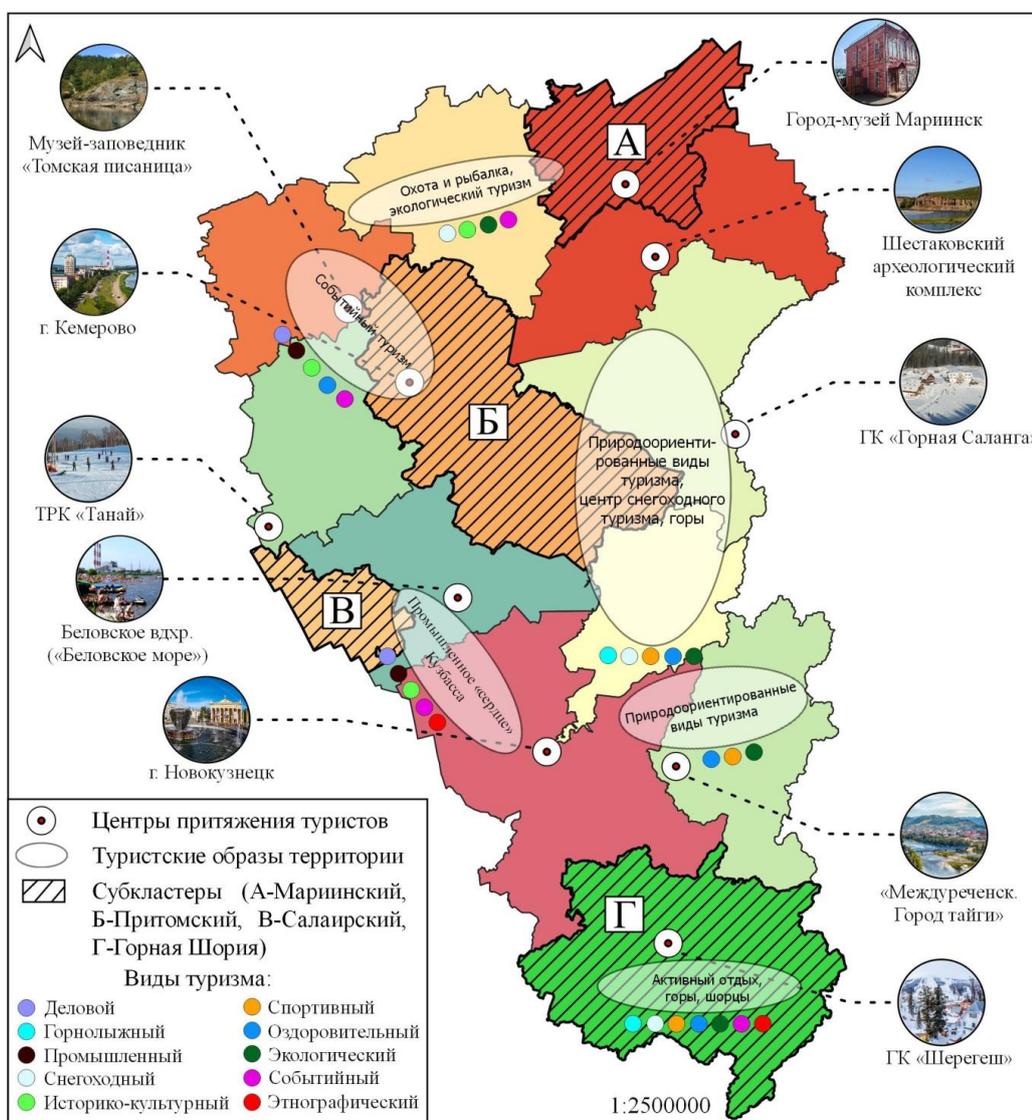


Рис. 4. Обновленная характеристика туристско-рекреационных районов Кемеровской области (составлено автором)

Помимо этого был выявлен гастрономический бренд территории, рассмотрена мифология места, а также предложен потенциальный туристский бренд, слоган и туристский образ каждого туристско-рекреационного района (подробно приведено в тексте диссертации). Все это может стать основой для дальнейшего развития туризма и способствовать формированию целостного туристского образа Кемеровской области.

Проведенный в ходе исследования экономико-географический анализ позволил определить и обосновать *предпосылки формирования туристского образа Кемеровской области*:

- наличие богатого природно-рекреационного потенциала, историко-культурного наследия, большого количества аттракторов, в том числе уникальных объектов индустриального наследия, требующих более широкого позиционирования и масштабирования для повышения известности и популярности дестинации;

- особенности географического положения и удаленность дестинации от основных туристских потоков, обусловившие необходимость создания особых механизмов (например, туристический кэшбек) для привлечения не только местных туристов, но и туристов из других территорий страны и зарубежья;

- сложившийся промышленный монообраз региона с неблагоприятной экологической обстановкой и техногенными ландшафтами, требующий обновления стереотипов и создания нового позитивного образа;

- сокращение количества коллективных средств размещения с одной стороны, и возрастание числа граждан РФ и иностранных туристов, размещенных в КСР, с другой стороны, требующие своевременного обновления туристской инфраструктуры, способного вывести туристскую отрасль региона из состояния стагнации;

- наличие региональных стратегий и программ по развитию внутреннего и въездного туризма, отражающих недостаточное внимание вопросам формирования туристского образа Кемеровской области;

- рост ВРП, произведенного на душу населения в сфере туризма, стабильная доля занятости населения в туристской индустрии от общего населения региона, инвестиционная активность отрасли туризма, обусловившие перспективность развития туризма в регионе;

- разная степень рекреационной освоенности и развития туризма в регионе, требующие идентификации туристско-рекреационных районов Кемеровской области и другие.

**В главе 3 «Практические аспекты формирования туристского образа Кемеровской области»** изучен вопрос, посвященный туристским брендам Кемеровской области, определены привлекательные и непривлекательные факторы для отдыха и туризма в регионе, выделены ядра формирования туристского образа туристско-рекреационных районов региона, выполнен SWOT-анализ развития туризма каждого туристско-рекреационного района и на его основе проведена оценка их туристской привлекательности, предложен туристский образ отдельных туристско-рекреационных районов Кемеровской области. Также на основе авторского

туристско-рекреационного районирования разработаны рекомендации по дальнейшему формированию туристского образа региона.

Поскольку бренд территории является неотъемлемой частью для успешного формирования туристского образа территории, было проведено исследование, направленное на выявление брендов Кемеровской области, основных ассоциаций, связанных с регионом, а также привлекательных и непривлекательных сторон для отдыха и туризма в Кемеровской области. Исследование проводилось с 2012 г. по 2019 г. посредством интернет-опроса в социальных сетях, опроса на платформе Google Forms, электронной почты, а также личного анкетирования.

Анализ результатов опроса показал, что основные ассоциации с регионом связаны с углем, холодом и снегом, Сибирью, тайгой, Шерегешем и др. Среди привлекательных сторон для отдыха и туризма в Кузбассе респондентами, в основном, названы горный рельеф, качественная дорожная инфраструктура, разнообразие ландшафтов и природно-климатических условий, наличие множества историко-культурных и природных объектов и т.д. К непривлекательным сторонам отнесены неблагоприятная экологическая обстановка, техногенные ландшафты, невыгодное транспортное положение, недостаточно развитая туристская инфраструктура, продолжительный холодный (морозный) период и другие.

Популярными туристскими брендами региона респонденты определили ГК «Шерегеш», музей-заповедник «Томская Писаница», «Кузнецкую крепость», «Кузбасс», г. Мариинск, «Красную горку», «Йети», ГК «Танай», «Шестаковский комплекс». Распределение ответов респондентов по брендам Кемеровской области представлено на рисунке 5.

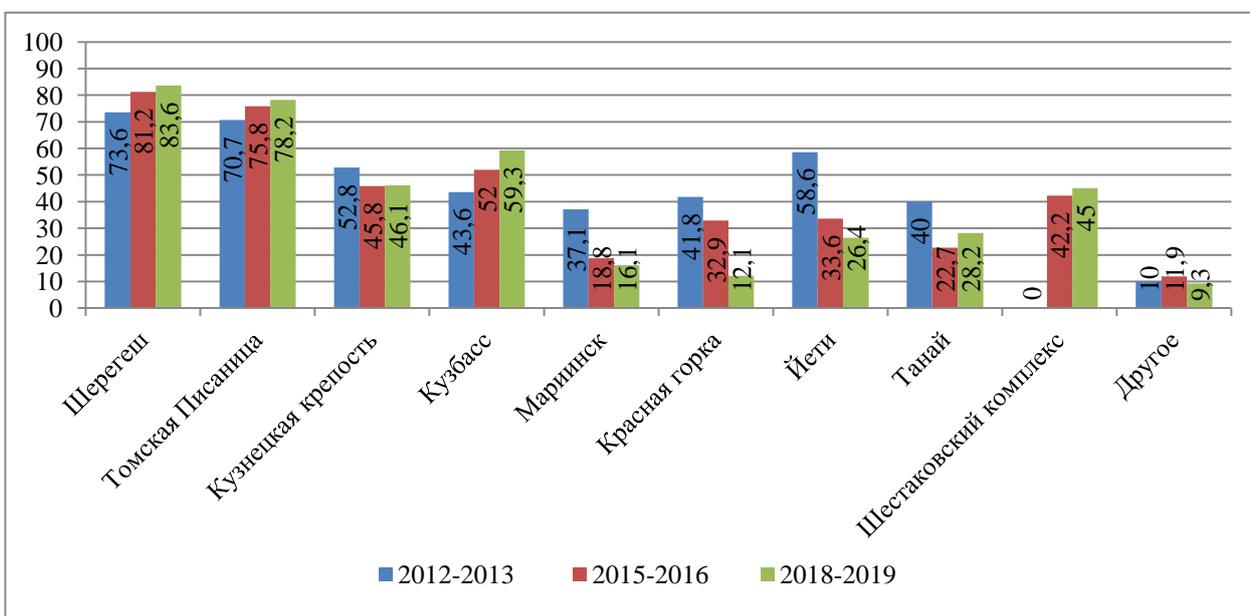


Рис. 5. Сравнительный анализ ответов жителей Кемеровской области о туристском бренде региона (%)

Сравнительный анализ показал, что в качестве туристского бренда лидирует ГК «Шерегеш», на втором месте расположился музей-заповедник «Томская Писаница». Важно отметить, что в последнее время набирает

популярность бренд «Кузбасс», расположившийся на третьем месте. На наш взгляд, это связано с активной деятельностью Агентства по туризму по Кемеровской области, продвигающие дестинацию под общим брендом «Visit Kuzbass», а также учреждением регионального проекта «300-летие Кузбасса». В свою очередь, широко тиражируемый в 2012-2013 гг. бренд «Йети» в настоящее время утратил популярность в качестве бренда всего региона (к 2018-2019 гг. показатель снизился почти в два раза), при этом оставшись в роли визитной карточки Горной Шории.

Еще одним направлением в изучении туристской привлекательности Кемеровской области является определение ядер формирования туристского образа территории. Ядром формирования туристского образа территории может служить популярный туристский объект, дестинация, ежегодное событие, необычное природное явление, поскольку все это является центром притяжения туристов на территорию. Для этого автором проведен комплексный анализ туристско-рекреационных районов Кемеровской области, направленный на выявление отличительных особенностей (природных, рекреационных, экологических, исторических, этнографических и т.д.). В ходе исследования предложены ядра формирования туристского образа каждого туристско-рекреационного района Кемеровской области, которые являются или могут стать «локомотивами» дальнейшего развития туризма в исследуемых дестинациях (табл. 2).

Таблица 2

**Ядра формирования туристского образа туристско-рекреационных районов Кемеровской области**

<b>Туристско-рекреационный район</b>	<b>Ядра формирования туристского образа</b>
1. Горно-Шорский	Горнолыжный курорт «Шерегеш»
2. Мариинско-Тяжинский	Город-музей под открытым небом – Мариинск, Шестаковский природный комплекс
3. Нижне-Томский	Музей-заповедник «Томская Писаница»
4. Притомский	Столица Кузбасса – г. Кемерово
5. Салаирский	Горнолыжный комплекс «Золотая гора»
6. Северо-Кузбасский	Охотничье-рыболовные угодья Яйского и Ижморского муниципальных районов
7. Терсинский	Государственный природный заповедник «Кузнецкий Алатау»
8. Тисульский	Озеро Большой Берчикуль, Горнолыжный комплекс «Горная Саланга»
9. Томь-Усинский	г. Междуреченск, Туристский район «Лужба»
10. Топкинско-Инской	Туристско-рекреационный комплекс «Танай»
11. Центрально-Кузбасский	Беловское водохранилище
12. Южно-Кузбасский	Южная столица Кузбасса – г. Новокузнецк

Кроме того, в ходе исследования проведен перекрестный SWOT-анализ каждого туристско-рекреационного района Кемеровской области, который позволил выявить сильные, слабые стороны, возможности и угрозы в

развитии туризма на исследуемых территориях. Далее на его основе выполнена оценка туристской доступности районов, как показатель их привлекательности. Оценка проводилась по балльной шкале от «1» (очень низкая) до «5» (очень высокая), где были выделены следующие виды доступности рекреационного района: информационная, транспортная, финансовая, практическая, альтернативная.

Определив общее количество баллов по каждому району, были выделены 3 группы туристско-рекреационных районов Кемеровской области по уровню туристской привлекательности (рис. 6).

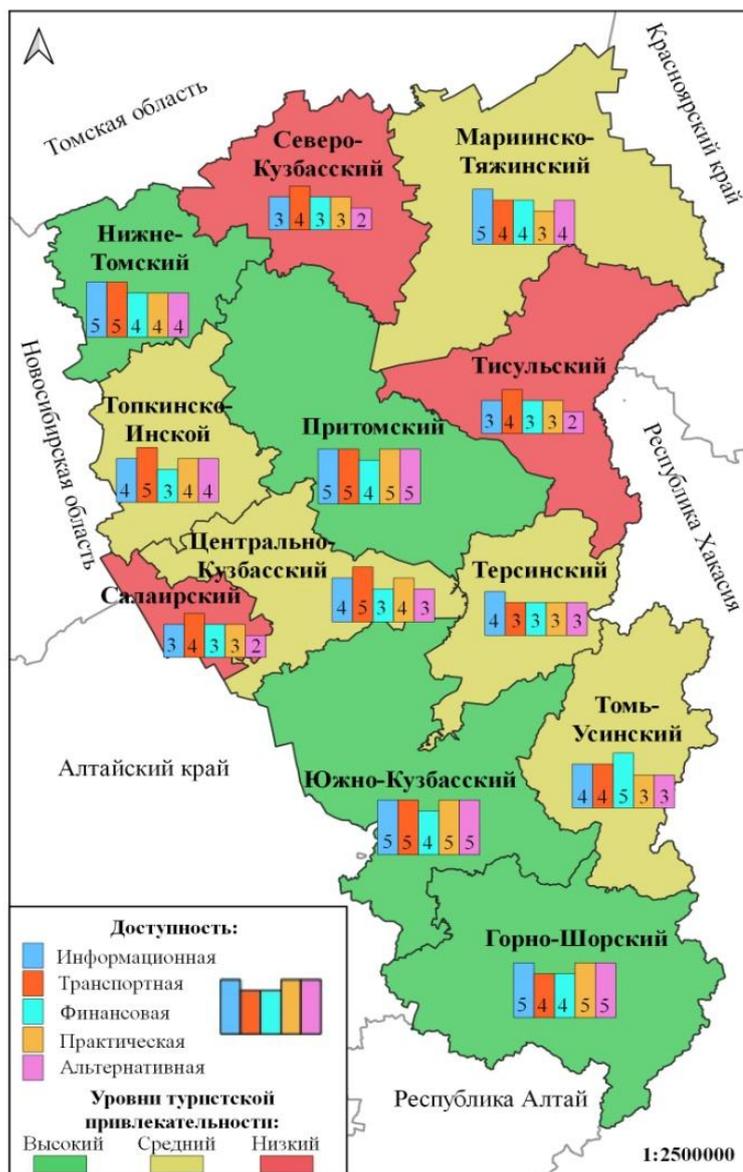


Рис. 6. Картограмма туристско-рекреационных районов Кемеровской области по уровню туристской привлекательности (составлено автором)

В группу с *высоким уровнем туристской привлекательности* (сумма баллов от 25 до 21) вошли следующие районы: Притомский, Южно-Кузбасский, Горно-Шорский, Нижне-Томский. В группу со *средним уровнем туристской привлекательности* (сумма баллов от 20 до 16) отнесены

Топкинско-Инской, Центрально-Кузбасский, Мариинско-Тяжинский, Терсинский, Северо-Кузбасский, Томь-Усинский районы. Последняя группа с *низким уровнем туристской привлекательности* (сумма баллов 15 и менее) представлена тремя рекреационными районами: Салаирским, Северо-Кузбасским, Тисульским.

Предложенный системный подход к формированию туристского образа, составленная картосхема туристско-рекреационных районов Кемеровской области и их идентификация, географическая привязка туристских аттракторов, ядер и других компонентов позволили сформировать потенциальный туристский образ каждого туристско-рекреационного района Кемеровской области (подробно представлено в тексте диссертации). В автореферате в качестве примера приведен Тисульский туристско-рекреационный район (рис. 7).



Рис. 7. Картосхема туристского образа Тисульского туристско-рекреационного района (составлено автором)

Полученные на основе системного подхода характеристики туристских образов туристско-рекреационных районов Кемеровской области показывают, что отдельно взятые районы слабо ассоциируются с углем и тяжелой промышленностью. Только два района из двенадцати (Центрально-Кузбасский и Южно-Кузбасский) в полной мере создают образ Кемеровской области как центра добычи угля, металлургии и химии. Остальные районы обладают весьма яркими туристскими характеристиками, способными модифицировать промышленный монообраз Кузбасса и более полно сформировать целостный туристский образ территории.

В связи с этим, взяв за основу обновленное туристско-рекреационное районирование Кемеровской области (с учетом административного деления), автором предлагается районирование, основанное на следующих критериях:

1) Туристская специализация районов по видам туризма (монотуристская, политуристская);

2) Ранжирование районов на основе результатов интегральной оценки туристско-рекреационного потенциала (по Литвак А.И.);

3) Выявленные характеристики туристских образов туристско-рекреационных районов.

На основе совокупности предложенных критериев и с учетом выявленных образов было проведено туристско-рекреационное районирование территории Кемеровской области (рис. 8).

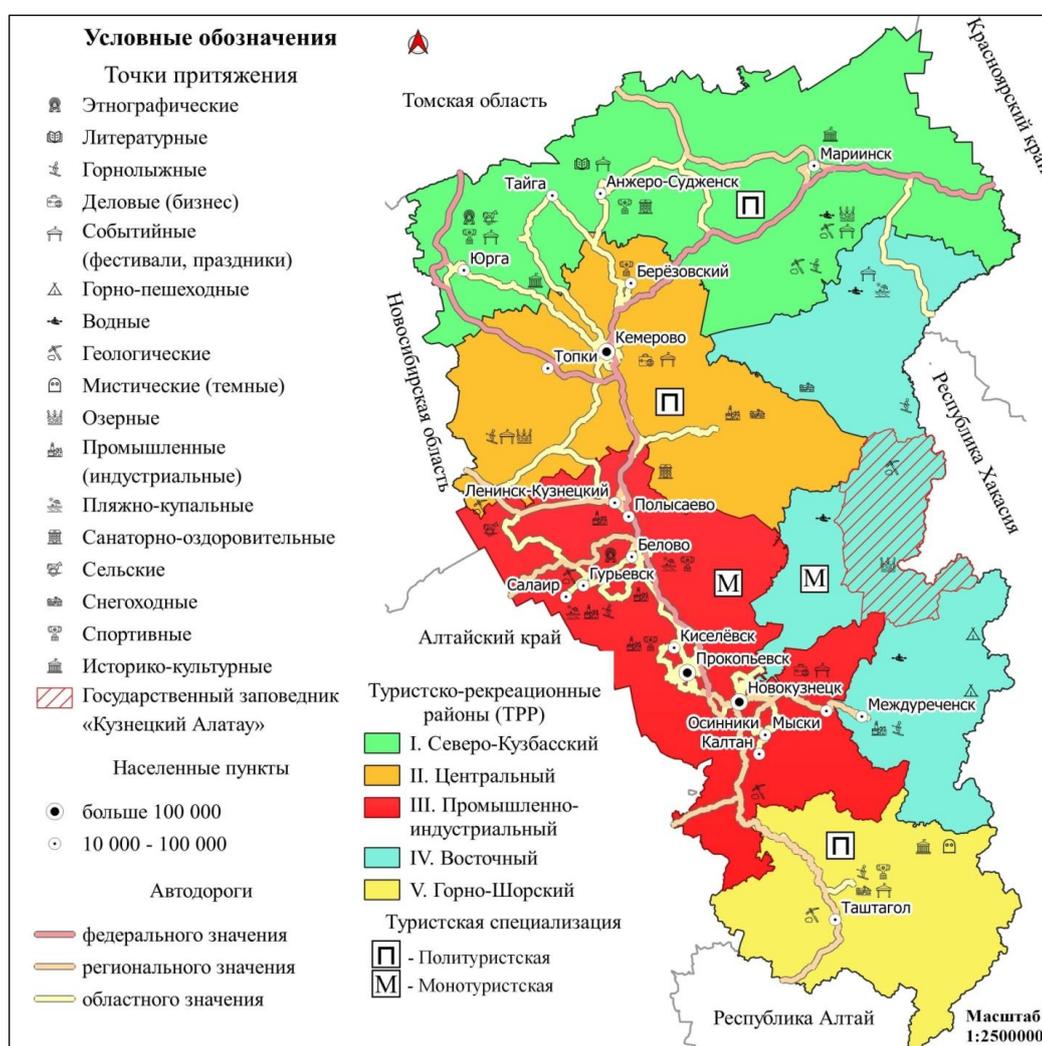


Рис. 8. Картограмма туристско-рекреационного районирования Кемеровской области (составлено автором)

К предложенным районам отнесены один или несколько туристско-рекреационных районов по С.Д. Тивякову (с учетом актуального административного деления), объединенных вышеперечисленными критериями. Составленные и подробно представленные в тексте диссертации

характеристики Северо-Кузбасского (I), Центрального (II), Промышленно-индустриального (III), Восточного (IV) и Горно-Шорского (V) туристско-рекреационных районов (ТРР) могут послужить основой для конструктивных рекомендаций по дальнейшему формированию туристского образа Кузбасса и его отдельных территорий.

В целом, предложенные автором туристско-рекреационное районирование Кемеровской области и системный подход к формированию туристского образа отдельных рекреационных районов и всего региона, могут стать инструментами прогноза тенденций развития туристских территорий и их дальнейшего рекреационного освоения, обеспечения эффективного функционирования дестинаций и выполнения ими целевых рекреационных функций, а также прогноза перспективных функций районов и рационального использования имеющихся рекреационных ресурсов для дальнейшего развития туризма в Кузбассе.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В результате проведенного диссертационного исследования можно сделать следующие **выводы**:

1. Выявлено, что в последнее время наряду с географическим образом возрастает интерес к изучению туристского образа территории, особенно это наблюдается в тех странах, где туризм становится одной из ключевых отраслей экономики. Работы, посвященные этому вопросу, начали появляться в зарубежных исследованиях в 1970-х гг. В отечественной литературе данную тематику начали изучать с 2000-х гг., при этом первые работы были посвящены развитым с туристской точки зрения регионам (Москва, Санкт-Петербург, Алтайский край, Кавказские минеральные воды и др.). Регионы, не специализирующиеся на туризме (Кемеровская область, Новосибирская область, Ивановская область и др.), только начинают изучать вопрос формирования туристского образа с его последующем позиционированием и продвижением.

2. Установлено, что наиболее распространенными и широко применяемыми научными подходами по изучению туристского образа территорий являются: территориальный, исторический, типологический, системный и комплексный. Что касается методов изучения, то здесь отечественные и зарубежные авторы используют в основном сравнительно-географический (сравнительно-описательный), программно-целевой, количественный, качественный (социологический), картографический, историко-географический, социально-психологический и художественно-картографический методы.

3. Проведенный анализ теоретических источников, практического опыта и собственные исследования позволяют рассматривать туристский образ территории как категорию динамичную, многокомпонентную и многофункциональную, что определяется: изменяющимися историческими, природными, социально-экономическими условиями развития территории, основными тенденциями развития туристской индустрии; географической,

социально-экономической, исторической, атрибутивной, психологической, этнической и культурной составляющими; лимитирующей, дифференцирующей, оптимизирующей, мультипликативной, идентификационной, кумуляционной, трансляционной и информационной (рекламной) функциями.

4. Выявленные в ходе исследования особенности и предпосылки формирования туристского образа Кемеровской области позволяют утверждать, что туризм в регионе не заместит ресурсодобывающие отрасли, но внесет вклад в его экономику, оказывая влияние на повышение качества жизни населения, его культурный уровень, способствуя решению ряда социально-экономических проблем и формированию узнаваемого туристского образа Кемеровской области наряду с промышленным монообразом Кузбасса.

5. Приведенная в работе обновленная характеристика туристско-рекреационных районов Кемеровской области с указанием границ муниципальных образований позволяет осуществлять пространственное соединение компонентов формирования туристского образа территории, а также более детально изучать районы для выявления конкурентных преимуществ и недостатков и формирования туристского образа как отдельных туристско-рекреационных районов, так и региона в целом.

6. Предложенный системный подход к формированию туристского образа территории демонстрирует многоаспектность составляющих его компонентов (турист, территория, отбор информации, характеристика атрибутов, выделение ядер туристского образа, выявление и позиционирование туристского бренда территории, оценка туристской привлекательности территории), основанную на их взаимосвязи и взаимозависимости. Изменение одного компонента оказывает влияние на другие, что в свою очередь добавляет сложности в формировании туристского образа территории.

7. Доказано, что идентификация туристско-рекреационных районов и применение системного подхода к формированию туристского образа отдельных районов Кемеровской области позволяют в полной мере модифицировать промышленный монообраз Кузбасса и более полно сформировать целостный туристский образ территории.

Таким образом, в ходе исследования цель работы достигнута, поставленные задачи решены. Проведенное исследование не претендует на исчерпывающее решение всего спектра затронутой автором проблемы формирования туристского образа территории. Тем не менее, оно позволяет определить направления ее дальнейшего изучения.

## **ОСНОВНЫЕ ПУБЛИКАЦИИ ПО ТЕМЕ ДИССЕРТАЦИИ**

*Статьи в рецензируемых изданиях из перечня ВАК:*

1. Кайзер Ф.Ю. Туристский образ территории: проблема дефиниции, подходы и методы исследования, структурно-функциональные особенности / Ф.Ю. Кайзер, Г.Е. Мекуш // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. География. Геология. – Том 6 (72) – № 3. – 2020. – С. 70-93.

2. Кайзер Ф.Ю. Кемеровская область в Национальном туристическом рейтинге: сравнительный анализ / О.А. Брель, А.И. Зайцева, Ф.Ю. Кайзер // Известия высших учебных заведений. Северо-Кавказский регион. Естественные науки. – 2020. – № 3 (207). – С. 37-43.

3. Кайзер Ф.Ю. Туристский бренд территории как составляющая формирования туристского образа Кемеровской области (Кузбасса) // Вестник Воронежского гос. университета. Серия: География. Геоэкология. – № 1. – 2020. – С. 67-76.

4. Кайзер Ф.Ю. Повышение привлекательности региона в контексте устойчивого развития на примере создания природно-исторического комплекса «Вглубь времен за динозаврами» на территории Кемеровской области / О.А. Брель, Ф.Ю. Кайзер, К.А. Макаров // Вестник Воронежского гос. университета. Серия: География. Геоэкология. – № 3. – 2017. – С. 12-17.

*Статьи, входящие в международные базы данных  
Web of Science, Scopus:*

5. Zaytseva A., Brel O., Kaizer P. The Rating Assesment of Russian Regions by the Level of Tourism Development. Analysis of the Position of the Kemerovo Region // Journal of Environmental Management and Tourism. – 2019. – Т. 10. – №. 2. – С. 420-426.

*Публикации в других журналах, сборниках статей,  
материалах конференций:*

6. Кайзер Ф.Ю. Развитие туризма в Нижне-Томском туристско-рекреационном районе Кемеровской области / Ф.Ю. Кайзер, Г.Е. Мекуш // Географические исследования Сибири и Алтае-Саянского трансграничного региона: материалы Международной научно-практической конференции, посвященной 85-летию со дня рождения В.С. Ревякина (26 марта 2021 г., Институт географии АлтГУ, г. Барнаул). – Барнаул, 2021. – С. 268-272.

7. Кайзер Ф.Ю. Туристский образ Горно-Шорского туристско-рекреационного района Кемеровской области (по результатам SWOT-анализа) / Г.Е. Мекуш, Ф.Ю. Кайзер // Проблемы и перспективы развития туризма в Российской Федерации: Сборник научных трудов. – Симферополь: ФГАОУ ВО «КФУ им В.И. Вернадского», 2020. – С. 99-104.

8. Кайзер Ф.Ю. Туристско-рекреационное районирование Кемеровской области / Ф.Ю. Кайзер // Цифровая география: материалы Всерос. науч.-практ. конференции с междунар. участием: Цифровые и геоинформационные технологии в изучении территориальных общественных систем, рекреационной географии и туризме / науч. ред. А. И. Зырянов. Пермский гос. нац. исслед. университет. – Пермь, 2020. – Т. 2. – С. 146-149.

9. Кайзер Ф.Ю. Научные подходы к формированию туристского образа территории / Ф.Ю. Кайзер, О.А. Брель // Общественно-географическая структура и динамика современного евразийского пространства: вызовы и возможности для России и ее регионов: материалы междунар. науч. конф. в рамках XI ежегодной науч. Ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов. 14-20 сентября 2020 / Под ред. П.Я. Бакланова, А.В. Мошкова. – Владивосток: ТИГ ДВО РАН, 2020. – С. 648-653.

10. Кайзер Ф.Ю. Оценка туристско-рекреационных районов Кемеровской области по уровню туристской привлекательности / Ф.Ю. Кайзер, О.А. Брель // Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды XIII Междунар. научно-практической конференции. МГУ имени М.В. Ломоносова, географический ф-т. – М., 2019. – С. 391-396.

11. Кайзер Ф.Ю. Анализ зарубежных подходов к формированию туристского образа территории / *Общественная география в меняющемся мире: фундаментальные и прикладные исследования: материалы междунар. науч. конф. в рамках X ежегод. науч. Ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов. 17–22 сентября 2019 г., Казань / под ред. В.А. Рубцова, Э.И. Байбакова. – Казань: Изд-во Казан. ун-та, 2019. – С. 419-422.*

12. Кайзер Ф.Ю. Механизмы продвижения туристского образа Кемеровской области / Ф.Ю. Кайзер, О.А. Брель // *Современные тенденции пространственного развития и приоритеты общественной географии: мат-лы междунар. науч. конф. в рамках IX ежегод. науч. Ассамблеи Ассоциации российских географов-обществоведов. – Барнаул, 2018. – С. 85-89.*

13. Кайзер Ф.Ю. Оценка популярности туристских брендов Кемеровской области: сравнительный анализ / Ф.Ю. Кайзер // *Туризм и рекреация: фундаментальные и прикладные исследования: Труды XII Международной научно-практической конференции. МГУ имени М.В. Ломоносова, географический факультет. – Москва, 2017. – С. 414-423.*

14. Кайзер Ф.Ю. Туристская привлекательность как фактор диверсификации экономики ресурсного региона / О.А. Брель, Ф.Ю. Кайзер // *Вестник Кемеровского гос. университета. Серия: Политические, социологические и экономические науки. – № 3 (5). – 2017. – С. 25-28.*

15. Кайзер Ф.Ю. Проведение SWOT-анализа туристской отрасли Кемеровской области с целью позиционирования региона на туристском рынке / Ф.Ю. Кайзер // *В сборнике: Образование, наука, инновации: вклад молодых исследователей Материалы IX (XLI) Международной научно-практической конференции. – Кемерово, 2014. – С. 154-156.*

16. Кайзер Ф.Ю. Формирование бренда как основы туристского образа территории: на примере Кемеровской области / Ф.Ю. Кайзер, О.А. Брель // *В сборнике: Эколого-географические проблемы регионов России Материалы IV всероссийской научно-практической конференции, посвященной 130-летию со дня рождения первого заведующего кафедрой географии ПГСГА, профессора К.В. Полякова. – Самара, 2013. – С. 355-358.*

17. Кайзер Ф.Ю. Роль брендинга региона в практике внутреннего и въездного туризма в России / О.А. Брель, Ф.Ю. Кайзер // *В сборнике: Туризм в современном мире: направления и тенденции развития Материалы IV Всероссийской научно-практической конференции с международным участием, посвященной 10-летию кафедры «Социально-культурный сервис и туризм» / под ред. В.А. Чернова. – Хабаровск, 2013. – С. 26-30.*

---

Кайзер Филипп Юрьевич  
ЭКОНОМИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ  
ТУРИСТСКОГО ОБРАЗА ТЕРРИТОРИИ  
(НА ПРИМЕРЕ КЕМЕРОВСКОЙ ОБЛАСТИ – КУЗБАССА)

Автореф. дис. на соискание ученой степени кандидата географических наук

Подписано к печати 16.09.21. Формат 60\*841/16. Бумага офсетная.  
Гарнитура Times New Roman. Объем 1,4 п.л. Тираж 120 экз. Заказ № 88.  
Центр книгоиздания КемГУ  
650000, г. Кемерово, ул. Советский, 73