

К ВОПРОСУ О РАЗВИТИИ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА КАК ФАКТОРА СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ РОССИИ В УСЛОВИЯХ МИРОВОГО ФИНАНСОВОГО КРИЗИСА, САНКЦИЙ И РАСТУЩЕЙ ГЕОПОЛИТИЧЕСКОЙ НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ

И.Э. Гергиев, В.И. Гасиев, Б.Т. Бирагова, М.Т. Дзарахохова

Владикавказский филиал федерального государственного образовательного бюджетного учреждения высшего образования «Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации», Владикавказ, email: irasgergiev79@gmail.com

Аннотация. В данной статье проанализированы результаты социологического исследования «Состояние и перспективные развития внутреннего туризма в РСО-Алания» участников всероссийской научно-практической конференции, включая студентов, выпускников, преподавателей вузов, учёных и жителей РСО-Алания. На основе проведённого исследования предложены меры по укреплению туристического потенциала региона и изменению отношения местного населения к развитию внутреннего туризма. Это направление рассматривается как ключевой фактор социально-экономического роста российских регионов в условиях глобального финансового кризиса, санкционного давления и усиливающейся геополитической нестабильности. Особый акцент в исследовании сделан на необходимости формирования позитивного имиджа региона через медиа и соцсети. Развитие внутреннего туризма рассматривается не только как инструмент экономической стабилизации в условиях санкций и кризиса, но и как способ укрепления гражданской идентичности, сохранения культурного кода и улучшения качества жизни местных сообществ. Реализация предложенных в исследовании инициатив, по нашему мнению, позволит увеличить поток туристов в РСО-Алания на 30-40% в течение пяти лет, а также создать новые рабочие места и привлечь инвестиции в смежные отрасли – сельское хозяйство, транспорт и сервисный сектор.

Ключевые слова: туризм, внутренний туризм, туристическая инфраструктура, кризис, санкции, макроэкономическая и геополитическая нестабильность.

ON THE QUESTION OF DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM AS A FACTOR OF SOCIAL AND ECONOMIC DEVELOPMENT OF RUSSIAN REGIONS IN THE CONDITIONS OF THE GLOBAL FINANCIAL CRISIS, SANCTIONS AND GROWING GEOPOLITICAL UNCERTAINTY

I.E. Gergiev, V.I. Gasiev, B.T. Biragova, M.T. Dzarakhohova

Vladikavkaz branch of the federal state educational budget institution of higher education "Financial University under the Government of the Russian Federation", Vladikavkaz, email: irasgergiev79@gmail.com

Abstract. This article analyzes the results of the sociological study "The State and Prospects of Development of Domestic Tourism in the Republic of North Ossetia-Alania" conducted by participants of the All-Russian scientific and practical conference, including students, graduates, university professors, scientists and residents of the Republic of North Ossetia-Alania. Based on the conducted study, measures are proposed to strengthen the tourism potential of the region and change the attitude of the local population to the development of domestic tourism. This area is considered a key factor in the socio-economic growth of Russian regions in the context of the global financial crisis, sanctions pressure and increasing geopolitical instability. Particular emphasis in the study is placed on the need to form a positive image of the region through the media and social networks. The development of domestic tourism is considered not only as an instrument of economic stabilization in the context of sanctions and crisis, but also as a way to strengthen civic identity, preserve the cultural code and improve the quality of life of local communities. In our opinion, the implementation of the initiatives proposed in the study will increase the flow of tourists to the Republic of North Ossetia-Alania by 30-40% within five years, as well as create new jobs and attract investment in related industries – agriculture, transport and the service sector.

Keywords: tourism, domestic tourism, tourism infrastructure, crisis, sanctions, macroeconomic and geopolitical instability.

Введение

В современных условиях, характеризующихся санкциями, макроэкономической и геополитической нестабильностью, развитие внутреннего туризма становится одной из приоритетных задач для социально-экономического развития регионов России. Стратегия развития туризма до 2035 года служит основой для регулирования туристско-рекреационного потенциала [1, 4, 7, 8, 9]. В большинстве регионов России реализуются программы по развитию туризма, а также действуют советы на региональном и муниципальном уровнях. Пандемия COVID-19 нанесла серьёзный удар по сфере туризма, однако, несмотря на сохраняющиеся эпидемиологические риски, на текущий момент наблюдается активная разработка и внедрение в практику новых туристических направлений, включая уникальные авторские программы.

Результаты исследования и их обсуждение

Республика Северная Осетия-Алания (РСО-Алания) – субъект Российской Федерации, расположенный в Северо-Кавказском федеральном округе. Её территория занимает 7987 км², а административным центром служит город Владикавказ, основанный в 1784 году [2, 4, 8]. Согласно статистике на 1 января 2024 года, численность населения региона достигает 678 879 человек [3].

Целью исследования

Целью исследования было изучение туристического потенциала и отношения населения РСО-Алания к развитию внутреннего туризма как фактора социально-экономического развития регионов России в условиях мирового финансового кризиса, санкций и растущей геополитической неопределенности.

Результаты исследования

Для комплексной оценки туристической привлекательности Республики Северная Осетия-Алания (РСО-Алания) необходимо проанализировать сильные и слабые стороны её инфраструктуры и имеющихся ресурсов.

Преимущества:

1. Культурное и природное богатство: Богатое историко-культурное наследие: 1,5 тыс. памятников, 18 музеев, международные фестивали («Зори Алании», «Сцена без границ», «Мариинский-Владикавказ» и др.); Разнообразие ландшафтов: горы, леса, реки, озёра, национальный парк, заповедник, что создаёт возможности для экологического, культурно-познавательного, оздоровительного и активного туризма; Развитый санаторно-курортный сектор: 11 учреждений, 5 лечебно-оздоровительных местностей, 7 бальнеологических дестинаций.

2. Инфраструктура: Более 60 объектов размещения, 4 туроператора, 87 агентств, сеть предприятий общественного питания; Занятость в сфере туризма: свыше 3 тыс. человек.

Недостатки:

1. Инфраструктурные проблемы: Неравномерное распределение объектов туризма: дефицит гостиниц, кемпингов, маршрутов в отдельных районах; Недостаток современных средств размещения и транспортных проблем: низкое качество дорог, слабое развитие аэропортов.

2. Экономические и имиджевые барьеры: Негативный имидж Северного Кавказа в СМИ; Сложности с привлечением инвестиций: отсутствие готовых площадок, административные препоны.

3. Маркетинговые пробелы: Недостаточное продвижение культурных традиций и туристических возможностей региона.

Краткие выводы:

1. Сильные стороны региона: РСО-Алания обладает уникальным потенциалом благодаря природным, культурным и рекреационным ресурсам, а также развивающейся инфраструктуре.

2. Слабые стороны региона: Дисбаланс в развитии инфраструктуры, транспортные ограничения, слабый маркетинг и имиджевые риски тормозят рост туризма.

3. Перспективы развития региона: Успех зависит от устранения инфраструктурных дисбалансов, усиления продвижения региона, привлечения инвестиций и улучшения транспортной доступности. Для этого необходима кооперация органов власти, бизнеса и местных сообществ.

Следовательно, на основании вышеизложенного, можно утверждать, что для повышения туристической конкурентоспособности РСО-Алания необходимо реализовать комплекс мер, включающий усиление маркетинга через цифровые платформы, социальные сети и целевые рекламные кампании; развитие межотраслевого партнёрства с интеграцией туризма в сферы спорта, культуры, здравоохранения и торговли для создания уникальных продуктов; поддержку малого бизнеса за счёт льгот, грантов

и финансирования стартапов; повышение качества услуг через обучение персонала и внедрение современных стандартов гостеприимства; а также разработку программ лояльности со скидками и бонусами для постоянных клиентов. Синергия этих мер позволит увеличить турпоток, укрепить узнаваемость РСО-Алания как привлекательного направления, усилить экономику и создать устойчивую экосистему для развития туризма.

Отметим, что в настоящее время туризм в республике показывает устойчивый рост. Согласно данным системы «СмартСити/SmartCity», в 2024 году регион посетили 1 614 868 человек, из которых 715 261 составили туристы, а 899 607 – экскурсанта. Этот показатель на 10,9% превышает данные 2023 года, когда общее число посетителей достигло 1 456 780 человек (т.е. 631 611 туристов и 825 169 экскурсантов) [3].

В настоящее время в республике наблюдается рост загруженности объектов размещения. По данным Росстата [3], в 2024 году (на ноябрь) в коллективных средствах размещения было зафиксировано 178 921 человек, а в санаторно-курортных организациях – 10 217. Для сравнения, в 2023 году эти цифры составили 164 570 и 10 300 человек соответственно.

По нашему мнению, достижение целевых показателей социально-экономического развития Республики Северная Осетия-Алания во многом определяется успешной реализацией задач, заложенных в Программу развития туристско-рекреационного комплекса региона [5]. Среди ключевых направлений – комплексная поддержка инвестиционных проектов в туристической отрасли. К 2030 году планируется: формирование нового туристско-рекреационного кластера; внедрение системы мер для приоритетного финансирования и стимулирования туристических инициатив.

Таким образом, РСО-Алания демонстрирует устойчивый рост туристической привлекательности, что подтверждается увеличением турпотока на 50% за 2024 год (с 800 тысяч до 1,2 миллиона туристов). Открытие новых объектов в 2025 году, таких как курорт «Мамисон» и «Алания Парк», способствует дальнейшему развитию отрасли и повышению качества туристических услуг. Республика обладает значительным потенциалом для развития внутреннего туризма благодаря уникальным природным, культурным и рекреационным ресурсам.

Авторами 25-26 апреля 2024 года в рамках XII Всероссийской научно-практической конференции «Молодежь и наука: актуальные вопросы социально-экономического развития регионов России» (проводился на базе Владикавказского филиала ФГБОУ ВО «Финансовый университет при Правительстве РФ») подготовлен и осуществлен опрос участников конференции (объект исследования). В опросе приняло участие 122 человека. Среди респондентов: студенты, выпускники, преподаватели вузов, ученые и жители РСО-Алания. Метод проведения исследования – анкетирование.

Респондентам, принимавшим участие в опросе, было предложено ответить на ряд вопросов, первый из которых звучал так:

1. На вопрос «Какое направление туризма в РСО-Алания для Вас является наиболее интересным?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 1).

Таблица 1

Распределение ответов на вопрос «Какое направление туризма в РСО-Алания для Вас является наиболее интересным?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Рекреационный туризм	44,5
Культурно-познавательный туризм	18,5
Событийный туризм	15,2
Гастрономический туризм	12,1
Оздоровительный туризм	9,7

Большинство респондентов (44,5%) выделили рекреационный туризм как наиболее привлекательное направление. На втором месте – культурно-познавательный туризм (18,5%), далее следуют событийный (15,2%) и гастрономический (12,1%). Наименьший интерес вызвал оздоровительный туризм (9,7%), что указывает на его низкую востребованность среди опрошенных.

Ключевой акцент: рекреационный туризм доминирует в предпочтениях, что подчеркивает запрос на отдых, связанный с природой и восстановлением сил, в отличие от узкоспециализированных видов туризма.

2. На вопрос «Какими факторами Вы бы руководствовались, если бы советовали РСО-Алания для посещения?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 2).

Таблица 2

Распределение ответов на вопрос «Какими факторами Вы бы руководствовались, если бы советовали РСО-Алания для посещения?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Природные особенности региона	46,1
Культурное наследие	17,5
Безопасность туризма	16,7
Национальные праздники и фестивали	13,4
Развитость и расположение инфраструктуры	5,1
Свой вариант ответа	3,2

Основным фактором привлекательности региона, по мнению респондентов, являются природные особенности (46,1%). На втором месте – культурное наследие (17,5%), на третьем – безопасность туризма (16,8%), включая защиту туристов, их имущества и экологическую ответственность. Менее значимыми оказались национальные праздники (12,5%) и инфраструктура (7,1%). Это подчеркивает приоритетность природных и культурных ресурсов над инфраструктурными аспектами.

Ключевой акцент: доминирование природных характеристик в ответах отражает восприятие региона как территории с уникальной экосистемой, что требует акцента на её сохранение и продвижение в туристической стратегии.

Несмотря на малую долю респондентов (3,2%), предложивших собственный вариант ответа, их аргументы подчеркивают многогранное влияние внутреннего туризма на социально-экономическое развитие РСО-Алания. Хотя таких респондентов немного, они демонстрируют убежденность в том, что внутренний туризм является ключевым фактором устойчивого развития региона, связывая воедино экономику, социальную сферу и предпринимательство.

3. На вопрос «Каких объектов туризма в регионе не хватает или необходимо улучшить их работу?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 3).

Таблица 3

Распределение ответов на вопрос «Каких объектов туризма в регионе не хватает или необходимо улучшить их работу?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Улучшение инфраструктуры и развитие туристических объектов	49,9
Стимулирование участников рынка и повышение качества услуг	17,6
Применение информационных технологий и платформ	13,2
Продвижение турпродукта РСО-Алания на рынках	12,7
Обеспечение безопасности в отрасли	6,6

Основной приоритет в развитии туризма (49,9%) респонденты видят в модернизации инфраструктуры и создании новых туристических объектов. На втором месте – поддержка участников рынка и повышение качества услуг (17,6%). Менее значимыми, по мнению опрошенных, являются цифровизация отрасли (13,2%), продвижение турпродукта РСО-Алания (12,7%) и обеспечение безопасности (6,6%). Это отражает запрос на базовое развитие отрасли как основу для дальнейших преобразований.

Ключевой акцент: инфраструктурные проекты доминируют в ответах, что подчеркивает их критическую роль для туристического потенциала региона.

4. На следующий вопрос «На что Вы в первую очередь обращаете внимание при планировании поездок?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 4).

Таблица 4

Распределение ответов на вопрос «На что Вы в первую очередь обращаете внимание при планировании поездок?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Цена/качество туристических услуг	37,7
Условия проживания	29,6
Активный досуг	14,4
Путешествия в места, где сохранилась первозданная природа	11,5
Оздоровление	6,8

Основным критерием при планировании поездок для респондентов является соотношение цены и качества услуг (37,7%), за которым следуют условия проживания (29,6%). Активный досуг (14,4%) и экологический туризм (11,5%) занимают третью и четвертую позиции, что указывает на растущий интерес к нишевым форматам отдыха. Наименьший приоритет отдан оздоровительному туризму (6,8%).

Ключевой акцент: доминирование базовых факторов (цена, качество, комфорт) подчеркивает важность доступности и инфраструктуры в туристической стратегии региона. Однако спрос на активный отдых и экологические направления требует их интеграции в общее предложение для расширения аудитории.

5. На вопрос «В какой сезон Вам нравится отдыхать?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 5).

Таблица 5

Распределение ответов на вопрос «В какой сезон Вам нравится отдыхать?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Летний сезон	47,4
Осенний сезон	21,1
Зимний сезон	20,6
Весенний сезон	10,9

Летний сезон является безусловным фаворитом для отдыха среди респондентов (47,4%), что подчеркивает его роль как периода пиковой туристической активности в РСО-Алания. Осенний (21,1%) и зимний (20,6%) сезоны демонстрируют сопоставимую популярность, что может быть связано с привлекательностью осенних пейзажей и развития зимних видов туризма, например, горнолыжных курортов. Весенний сезон (10,9%) остаётся наименее востребованным, вероятно, из-за климатической нестабильности или недостаточного продвижения весенних туристических программ.

Рекомендация: для снижения сезонной неравномерности стоит активизировать продвижение зимних и осенних направлений (фестивали, спортивные события, экотуризм), а также разработать уникальные весенние предложения (например, этнокультурные экспедиции или wellness-туры). Это позволит диверсифицировать туристический поток в регионе и повысить экономическую устойчивость отрасли в течение всего года.

6. На вопрос «Как часто Вы посещаете туристские объекты (музеи, горнолыжные комплексы, базы отдыха, гостиницы и т.п.) РСО-Алания?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 6).

Таблица 6

Распределение ответов на вопрос «Как часто Вы посещаете туристские объекты РСО-Алания?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Один раз в месяц	58,9
Один раз в неделю	24,9
Один раз в полугодие	11,1
Один раз в год	3,8
Несколько раз в неделю	1,3

Большинство респондентов (58,9%) посещают туристические объекты РСО-Алания ежемесячно, что свидетельствует о стабильном интересе к региону. Каждый четвертый опрошенный (24,9%) делает это еженедельно, что может указывать на активное вовлечение местных жителей или частых гостей. Редкие посещения (раз в полгода – 11,1%, раз в год – 3,8%) характерны для сезонных туристов или тех, кто ограничен внешними факторами. Минимальная доля (1,3%) посещающих объекты несколько раз в неделю подчеркивает узкую аудиторию сверхчастых визитов.

Ключевой акцент: регулярность посещений (месячная/недельная) доминирует, что отражает востребованность туристических объектов, но также ставит задачи по привлечению менее активных групп через улучшение доступности и разнообразия предложений.

7. На вопрос «Как Вы оцениваете доступность стоимости услуг, предоставляемых в сфере туризма РСО-Алания?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 7).

Таблица 7

Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете доступность стоимости услуг, предоставляемых в сфере туризма РСО-Алания?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Полностью удовлетворены	54,1
Удовлетворены	23,3
Средне удовлетворены	17,7
Не совсем удовлетворены	3,3
Не удовлетворены	1,6

Большинство респондентов (54,1%) полностью удовлетворены стоимостью услуг в туристической сфере РСО-Алания, а ещё 23,3% оценили цены как приемлемые. Только 4,9% выразили недовольство (3,3% – «не совсем удовлетворены», 1,6% – «не удовлетворены»). Конкурентоспособность ценовой политики региона – ключевой фактор, определяющий привлекательность РСО-Алания как для туристов, так и для местных жителей. Анализ обратной связи выявил, что баланс между доступностью и качеством услуг является критически важным.

Ключевой акцент: высокий уровень удовлетворённости стоимостью услуг (77,4% позитивных ответов) подтверждает, что туризм в РСО-Алания остаётся доступным, что может способствовать его привлекательности для широкой аудитории.

8. На вопрос «Как Вы оцениваете разнообразия туристических услуг, предоставляемых в регионе?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 8).

Таблица 8

Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете разнообразия туристических услуг, предоставляемых в регионе?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Полностью удовлетворены	39,3
Удовлетворены	24,2
Средне удовлетворены	18,5
Не совсем удовлетворены	15,2
Не удовлетворены	2,8

Большинство респондентов (63,5%) оценили разнообразие туристических услуг в регионе как удовлетворительное (39,3% – «полностью удовлетворены», 24,2% – «удовлетворены»). Однако почти треть опрошенных (18,5% – «средне удовлетворены», 15,2% – «не совсем удовлетворены», 2,8% – «не удовлетворены») указывают на недостаточную вариативность предложений. Это сигнализирует о необходимости расширения ассортимента услуг для охвата запросов всех категорий туристов.

Ключевой акцент: несмотря на преобладание позитивных оценок, значительная доля нейтральных и негативных ответов (36,5%) требует внимания к диверсификации туристических продуктов, что может повысить конкурентоспособность региона.

9. На следующий вопрос «Что Вас более всего не удовлетворяет в предоставлении туристических услуг в РСО-Алания?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 9).

Таблица 9

Распределение ответов на вопрос «Что Вас более всего не удовлетворяет в предоставлении туристических услуг в РСО-Алания?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Претензий нет	41,4
Не удовлетворяет отсутствие разнообразия	22,7
Неудобный режим работы туристических объектов	8,3
Отсутствие репертуара для моей социальной категории	5,2
Отсутствие полной информации об услуге	4,3
Отсутствие желаемой туристической услуги	18,1

Большинство респондентов (41,4%) не имеют претензий к туристическим услугам РСО-Алания, что свидетельствует о базовой удовлетворённости сервисом. Однако почти четверть опрошенных (22,7%) указывают на недостаточное разнообразие предложений, что остаётся ключевой проблемой. Среди второ-

степенных факторов неудовлетворённости выделяются: неудобный режим работы объектов (8,3%), отсутствие репертуара для отдельных социальных групп (5,2%), недостаток информации об услугах (4,3%) и отсутствие желаемых туристических продуктов (18,1%). Последний пункт, несмотря на низкий процент, подчёркивает наличие нишевого спроса, который не покрывается текущим предложением.

Рекомендации: для повышения качества услуг необходимо сосредоточиться на диверсификации туристических продуктов (тематические туры, сезонные программы) и улучшении информационного сопровождения (онлайн-платформы, детализация услуг). Отдельное внимание стоит уделить адаптации предложений под разные социальные группы (семьи, молодёжь, люди с ограниченными возможностями) и расширению доступности услуг вне пиковых часов. Решение этих задач позволит сократить долю неудовлетворённых клиентов и укрепить имидж региона как комфортного и инклюзивного направления.

10. На вопрос «Как Вы оцениваете наличие дополнительных услуг, предоставляемых туристскими объектами (магазин сувениров, проведение мастер-классов, услуги фото и видео съемки и прочее)?» ответы респондентов распределились следующим образом (см. табл. 10).

Таблица 10

Распределение ответов на вопрос «Как Вы оцениваете наличие дополнительных услуг, предоставляемых туристскими объектами (магазин сувениров, проведение мастер-классов, услуги фото и видео съемки и прочее)?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Полностью удовлетворены	34,9
Удовлетворены	23,1
Средне удовлетворены	18,9
Не совсем удовлетворены	17,3
Не удовлетворены	5,8

Большинство респондентов (58%) положительно оценивают наличие дополнительных услуг на туристических объектах РСО-Алания: 34,9% — полностью удовлетворены, 23,1% — удовлетворены. Однако значительная доля опрошенных демонстрирует сдержанную или негативную реакцию: 18,9% — средне удовлетворены, 17,3% — не совсем удовлетворены, 5,8% — не удовлетворены. Это указывает на неравномерное развитие сервисной инфраструктуры, где часть туристов сталкивается с недостатком разнообразия, качества или доступности дополнительных предложений.

Рекомендации: для повышения удовлетворённости стоит расширить ассортимент услуг (например, уникальные мастер-классы, локализованные сувениры) и улучшить их качество. Важно также усилить информирование туристов о доступных опциях через цифровые платформы и навигацию на местах. Учёт запросов нейтральной и критически настроенной аудитории (42%) поможет сделать дополнительные услуги более инклюзивными и востребованными, что усилит общее впечатление от посещения региона.

11. На вопрос: «Какие факторы, на ваш взгляд, сдерживают развитие туризма в РСО-Алания?» респонденты указали следующие причины (см. табл. 11).

Таблица 11

Распределение ответов на вопрос «Какие факторы, на ваш взгляд, сдерживают развитие туризма в РСО-Алания?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Недостаточная инфраструктура	40,7
Трудности с транспортной доступностью и высокая стоимость проезда	17,1
Низкая информированность туристов о туристических возможностях региона	19,2
Нехватка профессиональных кадров в сфере туризма	18,3
Экологические проблемы	3,8
Риски, связанные с безопасностью путешествий	0,9

Основным сдерживающим фактором развития туризма в РСО-Алания респонденты считают недостаточную инфраструктуру (40,7%), включая проблемы с жильём и сервисом на маршрутах. Значимыми барьерами также названы низкая информированность туристов (19,2%), транспортная доступность и высокая стоимость проезда (17,1%), и дефицит профессиональных кадров (18,3%). Экологические проблемы (3,8%) и риски безопасности (0,9%) играют второстепенную роль, но всё же указывают на необходимость комплексного подхода. В совокупности эти данные отражают структурные сложности, требующие системных решений для повышения конкурентоспособности региона.

Рекомендации: для преодоления барьеров стоит приоритизировать инфраструктурные проекты (строительство гостиниц, обустройство маршрутов) и улучшить транспортную логистику (субсидирование перевозок, развитие дорожной сети). Повышение осведомлённости о туристических возможностях региона требует запуска цифровых платформ и агрессивного маркетинга. Для решения кадрового дефицита целесообразно развивать образовательные программы в сфере туризма и привлекать частный сектор к подготовке специалистов.

12. На вопрос: «Что необходимо сделать, чтобы туризм в РСО-Алания приносил максимальную пользу местным жителям?» участники опроса выделили следующие меры (см. табл. 12).

Таблица 12

Распределение ответов на вопрос «Какие факторы, на ваш взгляд, сдерживают развитие туризма в РСО-Алания?»

Утверждение	Согласные с данным утверждением, в %
Развитие инфраструктуры	38,9
Подготовка профессиональных гидов и экскурсоводов	13,1
Привлечение инвестиций и гарантийных механизмов для поддержки туризма	20,2
Налаживание производства и продажи сувениров с местной символикой и тематической продукции	15,6
Информирование жителей о туристических проектах	9,8
Вовлечение местных жителей в работу туристического управления через создание рабочих групп	2,4

Респонденты видят основное направление для максимизации пользы туризма для местных жителей РСО-Алания в развитии инфраструктуры (38,9%), что включает транспорт, гостиницы и сервис. Второй ключевой мерой названо привлечение инвестиций (20,2%), что подчеркивает важность финансовой поддержки отрасли. Значительная часть опрошенных (15,6%) акцентирует необходимость производства сувениров с местной символикой, что способствует развитию малого бизнеса и сохранению культурной идентичности. Подготовка гидов (13,1%), информирование жителей (9,8%) и их вовлечение в управление (2,4%) дополняют картину, отражая запрос на комплексный подход – от материальных преобразований до кадрового и коммуникационного развития.

Рекомендации:

1) Инфраструктура как приоритет: ускорить модернизацию транспортной сети и гостиничного фонда, делая акцент на доступность для локальных предпринимателей.

2) Инвестиции и партнёрства: создать прозрачные механизмы привлечения частных и государственных инвестиций, включая налоговые льготы для туристических проектов.

3) Поддержка локального производства: развивать ремесленные кластеры, обучать мастеров и внедрять маркетинговые стратегии для продвижения сувенирной продукции.

4) Кадровые программы: запустить образовательные курсы для гидов с упором на краеведение и межкультурную коммуникацию.

5) Коммуникация с населением: регулярно информировать жителей о туристических инициативах через соцсети, общественные собрания и СМИ, а также создать рабочие группы с их участием для формирования доверия и вовлеченности.

На наш взгляд, этот подход позволит не только усилить экономический эффект от туризма, но и обеспечить его устойчивость через включение местного сообщества в процессы развития. Проведённый опрос и анализ мнений респондентов выявили ключевые направления для повышения эффективности туристической отрасли и культурной сферы Республики Северная Осетия-Алания (РСО-Алания). Результаты исследования, включая предложения по оптимизации работы организаций культуры, улучшению качества услуг и их доступности для населения, были систематизированы и направлены в Министерство экономического развития РСО-Алания (отдел развития туризма).

Выводы

В ходе исследования (на основании анализа предложений и запросов, полученных в ходе анкетирования туристов и местных жителей, направленных на повышение стандартов качества в сфере туристических услуг РСО-Алания), нами даны были следующие рекомендации по развитию внутреннего туризма в регионе: модернизация инфраструктуры (дороги, гостевые дома, навигация), продвижение уникальных туристических брендов (горные ландшафты, осетинская культура), поддержка малого бизнеса через гранты и обучение, развитие событийного туризма (этнические фестивали, гастрономические

ярмарки), повышение качества услуг за счёт стандартизации и подготовки кадров, акцент на экологический туризм (создание экомаршрутов, ограничение антропогенной нагрузки), а также привлечение частных инвесторов через государственно-частное партнёрство. Реализация этих мер повысит привлекательность региона, увеличит турпоток и обеспечит сбалансированное развитие отрасли с опорой на запросы туристов и потенциал местных сообществ.

Несмотря на мировой финансовый кризис, санкционное давление и растущую неопределённость, реализация указанных мер не только укрепит позиции РСО-Алания как одного из ключевых туристических центров России, но и обеспечит стабильный экономический рост благодаря активному развитию внутреннего туризма, а также укрепит статус ключевого туристического центра России и обеспечит устойчивый рост через:

- *диверсификацию экономики* – создание рабочих мест в туризме, ремёслах и смежных секторах;
- *сохранение культурного наследия* – популяризация традиций, истории и локальной идентичности;
- *повышение качества жизни* – развитие инфраструктуры (дороги, медпункты, зоны отдыха), обслуживающей как туристов, так и жителей;
- *формирование позитивного имиджа* – продвижение региона как безопасного, экологичного и гостеприимного направления.

Для достижения этих целей необходима консолидация усилий государства, бизнеса и общества. Это превратит РСО-Алания в конкурентоспособный туристический кластер, где экономическая эффективность сочетается с социальным прогрессом и сохранением уникальной природно-культурной среды.

Литература

1. Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р (ред. от 23.11.2020) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» [Электронный ресурс]. URL: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756/ (дата обращения: 10.03.2025).
2. Позмогов А.И., Гергиев И.Э. Проблемы и перспективы развития социально-экономического потенциала региональных туристско-рекреационных кластеров в контексте влияния пандемии COVID-19: монография. М.: РУСАЙНС, 2021. 252 с.
3. Рост туристического потока в Северной Осетии в 2024 году [Электронный ресурс]. URL: <https://economy.alania.gov.ru/news/4272> (дата обращения: 11.03.2025).
4. Позмогов А.И., Гергиев И.Э. / под ред. А.И. Позмогова Будущее российского инновационного бизнеса: тенденции постцифровой эпохи: монография. М.: РУСАЙНС, 2019. 250 с.
5. О государственной программе Республики Северная Осетия-Алания «Развитие туристско-рекреационного комплекса Республики Северная Осетия-Алания» (с изменениями на 27 декабря 2024 года) [Электронный ресурс]. URL: <https://docs.cntd.ru/document/460229831/titles/14J0V50> (дата обращения: 11.03.2025).
6. Северная Осетия лидирует по приросту числа туристов за десять лет [Электронный ресурс]. URL: <https://region15.ru/severnaya-osetiya-lidiruet-po-prirostu-chisla-turistov-za-desyat-let/> (дата обращения: 15.03.2025).
7. Подготовка к открытию «Мамисона» вышла на финишную прямую [Электронный ресурс]. URL: <https://xn--80aafvlc.xn--p1ai/press-center/novosti/kavkaz-rf-gotovitsya-k-otkrytiu-novogo-kurorta-mamison.html> (дата обращения: 15.03.2025).
8. Гергиев И.Э., Позмогов А.И., Кокаева А.Д., Дзантиева Т.Р. Социальная ответственность бизнеса и государства как фактор конкурентоспособности // Финансовый менеджмент. 2023. № 6-2. С. 4-12. DOI: 10.25806/fm6-220234-12.
9. Гергиев И.Э., Позмогов А.И., Мелкуева Э.Ф., Хасиева Б.Ч. Возможности и проблемы внедрения адаптивной модели эджайл-трансформации в сфере государственного и частного менеджмента // Финансовый менеджмент. 2023. № 6-2. С. 66-74. DOI: 10.25806/fm6-2202366-74.