

Секция «7.3 Экономическая, социальная, политическая география и туризм»

### Сетецентрическая модель развития винного туризма

Научный руководитель – Шабалина Наталия Владимировна

*Мельник Арина Андреевна*

*Студент (магистр)*

Московский государственный университет имени М.В.Ломоносова, Географический факультет, Кафедра рекреационной географии и туризма, Москва, Россия

*E-mail: melnikarina2002@mail.ru*

В современных экономических условиях винный туризм перестаёт быть нишевым направлением и превращается в значимый фактор устойчивого развития винодельческих регионов [4]. Однако развитие отрасли сдерживается системной проблемой – фрагментированностью усилий стейкхолдеров: винодельческих хозяйств, объектов инфраструктуры, органов власти и локальных сообществ. Изолированные «точки притяжения» не формируют единого туристского продукта, что ограничивает экономический и социокультурный потенциал территорий.

Теоретико-методологический анализ позволяет выделить три этапа развития подходов к управлению винным туризмом: точечная (изолированная) модель (1990-начало 2000-х гг.) – автономное развитие каждого хозяйства; кластерная модель (2010-2018 гг.) – географическая агломерация взаимосвязанных предприятий; формирование предпосылок к сетецентрической модели (2019 г. – настоящее время) – логическая связность и интенсивное взаимодействие независимо от дистанции. Каждый этап характеризуется определёнными организационными решениями, степенью интеграции стейкхолдеров и подходами к территориальному брендингу [2].

Конкурентоспособность российских винодельческих регионов в современных условиях определяется их способностью перейти от фрагментированного предложения к созданию целостных, «умных» туристских экосистем [1]. Ключевые направления дальнейшего развития включают в себя: формирование единых цифровых платформ для координации стейкхолдеров и продвижения винных маршрутов; разработку коллективных стратегий брендинга, интегрирующих локальную идентичность и аутентичный опыт; адаптацию принципов сетецентризма к специфике российских регионов при сохранении их уникального терруара и открытости к различным категориям туристов.

Библиометрический анализ подтверждает наличие значительного разрыва между теорией сетецентрического управления и прикладными исследованиями винного туризма, что определяет высокую актуальность и научную новизну данного направления [1,3].

#### Источники и литература

- 1) Минаев В.А. Сетецентрическая модель управления в туристской индустрии // Вестник ассоциации вузов туризма и сервиса. – 2014. – № 4. – С. 17–26.
- 2) Минаев В.А., Цыщук Е.А., Цыщук Г.Ю. Сравнение и оценка парадигм и моделей развития туризма на муниципальном уровне // Учёные записки Крымского федерального университета. Экономика и управление. – 2022. – Т. 8, № 1. – С. 84–98.
- 3) Buhalis D. Marketing the Competitive Destination of the Future // Tourism Management. – 2000. – Vol. 21, No. 1. – P. 97–116.
- 4) Hall C.M., Sharples L., Cambourne B., Macionis N. (Eds.) Wine Tourism Around the World. – Oxford: Butterworth-Heinemann, 2000. – 352 p.

#### Иллюстрации

## Пирамида эволюции управления винным туризмом



Рис. : Рис.1. Пирамида эволюции управления винным туризмом (составлено автором)