

DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2024.2(51).62-68

УДК 338.44:711.4

JEL L83, P25, Z32, Z38



ОРИГИНАЛЬНАЯ СТАТЬЯ

## СОВРЕМЕННЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РАЗВИТИЯ ОБЩЕСТВЕННЫХ ПРОСТРАНСТВ И ИХ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

М.В. Ольшанская, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия

**Аннотация.** В настоящее время общественные пространства только начинают рассматриваться в качестве объекта исследований в области региональной экономики. Общественные пространства все больше определяют имидж городской среды, комфортность проживания и привлекательность территории для разовых посещений. Формируя привлекательный облик общественных пространств городской конгломерации, можно повысить туристскую привлекательность региона. Небольшое внимание к оформлению общественных пространств привело к тому, что многие вновь возведенные строительные объекты в российских городах имеют «безликий», индустриальный образ, непривлекательный с точки зрения как постоянного проживания, так и посещения в туристских целях. Подобный подход стратегически не оправдан и не соответствует современным требованиям. В статье производится исследование современных подходов к развитию общественных пространств, которые соответствуют состоянию внешней среды. В работе выявлено место общественных пространств в развитии туристической отрасли в Российской Федерации. В ходе исследования было доказано, что оформление общественных пространств может стать инструментом развития туризма и повышения конкурентоспособности территории в туристской индустрии. Формирование общественных пространств позволяет решать задачи, поставленные в Стратегии развития туризма России: повышать конкурентоспособность туристского продукта, развивать культурно-познавательное пространство, деловой туризм, использовать комплексный подход для развития туризма и пр. Уже апробированы и успешно используются следующие инструменты формирования общественных пространств: временные архитектурные формы, геопластика; гастрокварталы; соучаствующее проектирование, цифровые средства поддержки экосистемы общественных пространств.

**Ключевые слова:** гастрокварталы, гастрономический туризм, геопластика, культурно-познавательный туризм, общественные пространства, развитие туризма

**Для цитирования:** Ольшанская М.В. Современные инструменты развития общественных пространств и их роль в развитии туризма // BENEFICIUM. 2024. № 2(51). С. 62-68. DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2024.2(51).62-68

ORIGINAL PAPER

## MODERN TOOLS FOR THE DEVELOPMENT OF PUBLIC SPACES AND THEIR ROLE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

M.V. Olshanskaya, Peoples Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia

**Abstract.** Currently, public spaces are just beginning to be considered as an object of research in the field of regional economics. Public spaces increasingly determine the image of the urban environment, the comfort of living and the attractiveness of the territory for one-time visits. It is possible to increase the tourist attractiveness of the region by forming an attractive appearance of public spaces of the urban conglomeration. Little attention to the design of public spaces has led to the fact that many newly erected construction projects in Russian cities have a “faceless”, industrial image, unattractive in terms of both permanent residence and visits for tourist purposes. This approach is strategically not justified and does not meet modern requirements. The article studies modern approaches to the development of public spaces that correspond to the state of the external environment. The work revealed the place of public spaces in the development of the tourism industry in the Russian Federation. In the course of the study, it was proved that the design of public spaces can become a tool for the development of tourism and increasing the competitiveness of the territory in the tourism industry. The formation of public spaces makes it possible to solve the tasks set in the Strategy for the Development of Tourism of Russia: increase the competitiveness of a tourist product, develop cultural and educational space, business tourism, use an integrated approach to the development of tourism, etc. Such tools for the formation of public spaces have already been tested and successfully used: temporary architectural forms, geoplastics; gastro quarters; participatory design, digital means of supporting the ecosystem of public spaces.

**Keywords:** gastro quarters, gastronomic tourism, geoplastics, cultural and educational tourism, public spaces, tourism development

**For citation:** Olshanskaya M.V. Modern Tools for the Development of Public Spaces and their Role in the Development of Tourism // Beneficium. 2024. Vol. 2(51). Pp. 62-68. (In Russ.). DOI: 10.34680/BENEFICIUM.2024.2(51).62-68

## Введение

Актуальность проблемы поиска эффективных инструментов развития туризма в России в настоящее время не вызывает сомнений. Экономика функционирует в условиях санкционных ограничений, что является большим препятствием для ряда отраслей, зависящих от оборудования, материалов импортного производства. Отрасль туризма в этом ряду стоит особняком, поскольку санкции привели к переориентации туристических потоков, но не к упадку отрасли. Более того, внутренний туризм получил большие возможности для развития в связи с ограничением ряда популярных направлений и активной государственной поддержкой. Так, Стратегия развития туризма до 2035 года [1] предусматривает в качестве одной из задач рост доступности туризма для граждан страны и повышение социальной эффективности отрасли. В этой связи действенным инструментом реализации стратегии может быть развитие общественных пространств. В упомянутой выше Стратегии выделены также в качестве стратегических следующие направления развития туризма, непосредственно относящиеся к развитию общественных пространств: поддержка проектов в области строительства и реконструкции объектов инфраструктуры, предусматривается софинансирование долгосрочных проектов.

Общественные пространства (ОП) как инструменты развития территорий пока только начинают быть предметом научных исследований в области региональной экономики, маркетинга территорий, экономики туризма. В то же время, в ряде публикаций уже предприняты попытки классифицировать общественные пространства по различным признакам [2].

Большое число исследователей подчеркивает коммуникативную важность общественных пространств [3], в других работах придается значение архитектурно-планировочным решениям с точки зрения функциональной и культурной направленности [4].

Можно с уверенностью говорить о том, что общественные пространства в целом влияют на уровень жизни населения территории, улучшают городскую среду, формируют туристическую привлекательность той или иной местности. Конкурентоспособность туристического продукта формируется в том числе с учетом уровня развития общественных пространств на территории.

С другой стороны, до недавнего времени в ходе осуществления строительных проектов придавалось не столь большое значение формированию общественных пространств, что привело к типичному, индустриальному образу многих российских городов. Это стратегически неверное

решение, поэтому необходимы новые подходы, в том числе теоретические к формированию общественных пространств. В данном случае может быть применена концепция человекоцентричности.

В итоге можно обозначить цель исследования – выявление современных инструментов развития общественных пространств, которые соответствуют текущей ситуации в экономике России и могут стимулировать развитие туризма в стране.

Задачи работы:

- 1) обозначить роль общественных пространств в реализации стратегических направлений развития туризма в России;
- 2) определить современные инструменты развития общественных пространств, которые уже доказали свою эффективность в качестве притяжения туристских потоков.

В исследовании применены общенаучные методы диалектики, анализа и синтеза, индукции и дедукции. Использован анализ современных публикаций в области развития общественных пространств. Поставленная проблема рассматривается с точки зрения междисциплинарного подхода: экономики, социологии, дизайна.

## Результаты и их обсуждение

В первую очередь, определим понятийный аппарат. Общественное пространство по-разному трактуется в научной литературе, которая относится к различным областям исследований: экономическим, социологическим, архитектурным, политическим и пр. Общественные пространства в приложении к развитию туризма можно рассматривать с точки зрения всех перечисленных исследовательских областей, поскольку на конкурентоспособность территории с точки зрения привлекательности для туристов влияют социальные, политические, экономические, экологические, технологические и другие факторы. Все эти контексты необходимо учитывать в планах развития ОП.

Говоря о классификации общественных пространств, можно выделить следующие типы:

- по степени открытости для всего общества: открытые и закрытые [5];
- по локационному расположению: центральные (общегородские) и периферийные (районные) [5];
- по функциям: политические (Гайд-парк), культурно-досуговые (торговые площадки), рекреационные (парки), быденные (детские площадки), социально-событийные (Красная площадь в Москве) [6];
- по степени завершенности: обживаемые, формирующиеся, нуждающиеся в

реконструкции [7].

Общественные пространства являлись объектом изучения социологических наук, первое исследование было выполнено в США У.Х. Уайтом (W.H. Whyte) в 1969 году [8]. Далее общественные пространства рассматривались в работах Д. Джекобса (J. Jacobs), Ш. Зукина (Sh. Zukin), К. Линча (K. Lynch), Л. Лофланда (L. Lofland), Р. Сеннета (R. Sennett). Среди российских авторов данной теме посвящены работы В.Л. Глазычева, А.В. Иконникова, Л.Б. Когана и др. Можно отметить также использование термина «общественное пространство» в работах по философии, например, Х. Арендта (H. Arendt), где исследователь рассматривает ОП как среду развития человека в обществе [9]. Общественное пространство не предусматривает платы за использование и пребывание на его территории [10].

Большинство исследователей выделяют коммуникационные функции общественных пространств, что может быть важно для неорганизованного туризма, который активно развивается в последнее время [11].

Как уже было отмечено выше, теоретической основой развития общественных территорий как инструмента стимулирования туризма может быть концепция человекоцентричности. Сам термин «чело­векоцентричность» в приложении к общественной практике использовал в своих работах К. Роджерс (C. Rogers.) [12], обосновывая необходимость содействия личному росту индивидов и активно создавая движение так

называемых «групп встреч», на которых люди могут обучаться совместному существованию в обществе, формировать чувство эмпатии, уважения к себе и другим участникам коллектива.

На наш взгляд, человекоцентричность отражает нацеленность на использование человеческих поведенческих аспектов в интересах хозяйствующего субъекта. В этой связи представляет интерес человекоцентричная модель фирмы, представленная в работах С.Т. Карапетяна, суть которой сводится к поиску баланса экономических интересов заинтересованных лиц (собственников, наемных работников, партнеров), экономической ответственности и экономической заинтересованности. Разделяем позицию С.Т. Карапетяна о необходимости объединения неоклассической, институциональной теорий и стратегического анализа в рамках человекоцентричного подхода [13]. В настоящее время в теоретический аппарат управления территорией необходимо включать элементы человекоцентричности, это обеспечит сочетание баланса интересов всех заинтересованных групп региона, а также приезжающих гостей и повысит адаптивность общественного пространства.

Для того, чтобы определить значение формирования общественных пространств в развитии туризма, автором произведено сопоставление мероприятий, предложенных в Стратегии, и деятельности по развитию общественных пространств (табл. 1).

Таблица 1 / Table 1

**Вклад деятельности по развитию общественных пространств в реализацию стратегии развития туризма до 2035 года / Contribution of Public Space Development Activities to the Implementation of the Tourism Development Strategy until 2035**

Задачи и мероприятия стратегии / Objectives and Activities of Strategy	Деятельность по развитию общественных пространств и вклад ее в реализации стратегии / Activities on the Development of Public Spaces and its Contribution to the Realization of the Strategy
Создание конкурентоспособного туристского продукта	Привлекательные для туристов ОП могут быть центрами притяжения внутренних туристических потоков. Организация общественных пространств с учетом удобства и комфортного времяпрепровождения для туристов позволит повысить удовлетворенность иностранных туристов своим отдыхом и туристическую привлекательность территории
Совершенствование системы управления туризмом, включая анализ статистических данных	Проведение исследований по поводу оценок туристами комфортности общественной среды позволит построить программу развития ОП с тем, чтобы повысить их привлекательность
Использование комплексного подхода в развитии туризма	В процессе развития ОП необходимо уделять внимание социальной, культурной, экологической, экономической, технологической и др. составляющим
Обеспечение межкультурного взаимодействия	Развитие ОП таким образом, чтобы учитывать специфику различных национальных, этнических и религиозных групп общества, проживающих на территории или посещающих ее с туристическими целями
Развитие культурно-познавательного пространства	Формирование объектов ОП, которые представляют интерес с точки зрения культурно-познавательного туризма, проведение реставрационных работ, в том числе с учетом государственной поддержки
Развитие делового туризма	Развитие ОП с учетом создания условий для проведения деловых мероприятий

Источник: составлено автором на основе данных [1] / Source: compiled by the author based on [1]

Очевидно, что, развивая общественные пространства, можно стимулировать увеличение притока туристов по стратегическим направлениям, важным для социально-экономической системы страны: событийный, культурный, познавательный, деловой туризм. Особо можно отметить межкультурную миссию общественных пространств, что также очень ценно в условиях многонационального и многоконфессионального государства.

Кроме того, будет верным утверждать, что в условиях слабого развития общественного пространства и несоответствия его уровня современным требованиям, приток туристов в регион будет падать в динамике. Развитие Интернет-сообществ, способствующее размещению отзывов туристами в режиме онлайн, повышает ответственность в области развития туристской инфраструктуры.

Следует отметить положительный опыт России по формированию ОП, комфортных для различных групп туристов, при проведении чемпионатов мира по футболу FIFA 2018 года и чемпионата Европы по футболу UEFA 2021 года. В данном случае имеет место опыт развития событийного туризма, который наряду со спортивными мероприятиями может иметь развитие в сфере культурно-познавательной области (организация театральные, музыкальные события при условии определенным образом подготовленных объектов инфраструктуры).

Инструменты формирования привлекательности общественных пространств, предлагаемые в Стратегии развития туризма, следующие:

- выбор приоритетных территорий;
- улучшение предпринимательского климата, стимулирование инвестиций в развитие территорий;
- координация усилий при планировании развития ОП (взаимодействие мероприятий территориального и стратегического планирования, отраслевого и регионального уровня, программ развития территорий).

Государственная поддержка определена в таких направлениях, как:

- налоговые льготы;
- специальные режимы развития территорий;
- снятие административных и правовых ограничений для туристского бизнеса на определенных территориях;
- поддержка маркетинговой активности и продвижения туристических продуктов;
- использование программ льготного финансирования при строительстве и реконструкции объектов туристической инфраструктуры.

Рассмотрим накопленный опыт в России и в мире по формированию общественных пространств.

Развивая общественные пространства, следует учитывать климатический и сезонный

факторы. Большая часть объектов, находящихся на территории общественных пространств, предназначена для организации летнего, весеннего и осеннего отдыха. В зимний период времени многие объекты простаивают. Уже имеются современные инновационные подходы, которые могут сглаживать климатический фактор при помощи элементов временной архитектуры [14]. Можно отметить в качестве передового опыта фестиваль ледяных и снежных скульптур в Харбине, проведенный в Китае в 2019 году, который посетило более 18 млн. туристов [15]. Подобные фестивали, связанные с временными архитектурными формами, с успехом проводятся на ежегодной основе в Исландии («Фестиваль зимних огней», Рейкьявик), «Светотерапия» в Монреале. В России также накоплен опыт использования временной архитектуры: архитектурные фестивали «Города», «БухАрт», «О'Город», «Архстояние» и др. В зимнее время проводятся различные мероприятия, связанные со снежной и ледовой скульптурой, например, фестивали: «Гиперборей» в г. Петрозаводск, «Хрустальный Томск», «Волшебный лед Сибири», Красноярск и т.д. [14]. Тем самым, более эффективно используются общественные пространства для притяжения туристов в зимнее время.

Еще один интересный современный инструмент развития ОП в городской среде – использование геопластики или искусственного моделирования рельефа [16]. При помощи геопластики формируются искусственные архитектурные формы и создаются новые привлекательные общественные пространства, форма которых не встречается в природе, но подчеркивает естественные достоинства территории. В качестве примеров можно привести Парк Галицкого в г. Краснодар, торговый центр LongforOrigin в г. Гуйян (Китай), «Парк космических размышлений» в Шотландии и др. Использование геопластики в ходе развития общественных пространств позволяет гармонизировать городскую застройку и ландшафт; решать функциональные задачи конкретной территории; повышать экологичность проектов застройки, формируя обширные зеленые зоны; усиливать привлекательность региона для туризма.

При организации общественных пространств важно использовать информационную поддержку территории, формировать экоструктуру туристского территориального продукта, используя современные киберсоциальные технологии. В последнее время развивается концепция SMART как инструмент развития ОП [17].

Выше уже был упомянут тезис о необходимости комплексного развития территорий для привлечения туристских потоков, такой подход может быть обеспечен за счет соучаствующего проектирования, предусматривающего включение жителей на этапе планирования и усиление комфортности проживания как основного фактора

развития ОП [18].

Большое значение для организации туристских потоков имеет логистическая составляющая развития общественной территории. Например, создавая рекреационно-развлекательный комплекс в определенном районе города, могут быть освобождены парковочные места в центре, однако вырастет загруженность дорог [19]. Тем самым, рассматривая проекты обустройства ОП, необходимо изучать и формировать соответствующую логистическую инфраструктуру.

Одна из тенденций современного туризма – гастрономические туры, в рамках которых туристы знакомятся с кухней территории. Для стимулирования гастрономического туризма в городах создаются гастрокварталы, в качестве примера

можно привести российский фудмолл «Депо. Москва», который был организован на территории комплекса «Депо Лесная» и является в настоящее время событийной площадкой, включающей бары, рестораны на 2000 посадочных мест, 75 корнеров и 60 фермерских торговых мест, зоны отдыха и сцены [20]. Такая организация общественного пространства интересна еще и тем, что фудмолл расположен на территории бывшего трамвайного парка, который был объявлен в 2016 году объектом культурного наследия, а с 2017 года началась реконструкция исторических зданий, которые, сохранив свою самобытность, обладают всеми необходимыми характеристиками для комфортабельного отдыха (рис.1).



Рис. 1. Фото интерьеров фудмолла «Депо. Москва» / Fig. 1. Photo of the Interiors of the «Depo. Moscow» Food Mall

Источник: составлено автором на основе данных [20] / Source: compiled by the author based on [20]

Подобный опыт можно применять и в других регионах, формируя точки притяжения туристских потоков средствами гастрономического туризма.

### Заключение

В итоге можно отметить, что в ходе исследования были выявлены современные инструменты развития общественных пространств, которые соответствуют текущей ситуации в экономике России и могут стимулировать развитие туризма в стране.

Обозначена роль общественных пространств в реализации стратегических направлений развития туризма в России путем соотнесения направлений развития туризма, сформулированных в Стратегии развития туризма в России до 2035 года, и современной активности в развитии общественных пространств. Формируя общественные пространства с использованием современных инструментов, можно повысить конкурентоспособность туристского продукта в регионах России, улучшить имидж страны и территорий, сгладить сезонность в туристских потоках, увеличить приток средств в бюджеты различного уровня, повысить привлекательность отечественного культурно-познавательного, событийного, гастрономического, делового туризма.

В качестве современных инструментов развития общественных пространств, доказавших свою эффективность в стимулировании туризма, можно выделить следующие: использование временных архитектурных форм, особенно в зимнее время; включение элементов геопластики в

общественные пространства; формирование гастрокварталов в городах; использование соучастующего проектирования, а также цифровых средств поддержки экосистемы общественных пространств.

В дальнейшем можно использовать рассмотренные инструменты для формирования общественных пространств в Российской Федерации с учетом специфики каждой территории, мнения жителей и стратегических целей развития региона.

### Библиография

- [1] Распоряжение Правительства РФ от 20.09.2019 № 2129-р (ред. от 07.02.2022) «Об утверждении Стратегии развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года» (2019). КонсультантПлюс. URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_333756](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756) (дата обращения: 30.01.2024).
- [2] Артемова О.В., Савченко А.Н. Качество городской среды: вопросы организации и социализации общественного пространства // Векторы благополучия: экономика и социум. 2021. Том 2. № 41. С. 73-86. DOI: 10.18799/26584956/2021/2(41)/1076
- [3] Нотман О.В., Багирова А.П. Привлекательность общественных пространств мегаполиса в оценках его жителей (на примере ТРЦ и парковых зон Екатеринбург) // Мониторинг общественного мнения: Экономические и социальные перемены. 2018. Том 6. № 148. С. 347-364. DOI: 10.14515/monitoring.2018.6.16
- [4] Мингалеева М.В., Банаева А.С. Особенности организации общественных пространств Дальневосточного федерального университета и австралийского национального университета г. Канберра // Архитектура, градостроительство и дизайн. 2020. Том 3. № 25. С. 28-36.

- [5] Баталина Т.С. Анализ особенностей формирования общественного пространства // Бизнес и дизайн ревю. 2017. Том 1. № 1(5). С. 1-11.
- [6] Паченков О.В. Публичное пространство города перед лицом вызовов современности // Новое литературное обозрение. 2012. Том 5. № 117. С. 419-440.
- [7] Етеревская И.Н., Назарова М.П., Янин К.Д. Особенности формирования адаптивности городских общественных пространств // Социология города. 2021. № 3. С. 17-29.
- [8] Whyte W.H. The Social Life of Small Public Spaces. New York: Project for Public Spaces, 1980. 128 p. (На англ.).
- [9] Арендт Х. Vita activa, или О деятельной жизни. СПб.: Алетейя, 2000. 437 с.
- [10] Madanipour A. Whose Public Space? International Case Studies in Urban Design and Development. Publisher: Routledge, 2013. 269 p. (На англ.).
- [11] Шулятьева Л.И., Малышева Д.А. Развитие неорганизованного туризма: проблемы и повышение эффективности // Международный научно-исследовательский журнал. 2022. Том 10. № 124. С. 1-5. DOI: 10.23670/IRJ.2022.124.70
- [12] Rogers C.R. Carl Rogers on personal power: inner strength and its revolutionary impact. New York: Delacorte Press, 1977. 240 p. (На англ.).
- [13] Карапетян С.Т. «Человекоцентричная» теория микроэкономики как новая парадигма // Микроэкономика. 2011. № 1. С. 163-166.
- [14] Салыхова М.Р., Шульпина Ю.В. К вопросу об актуальности формирования временной архитектуры как способа преобразования общественных пространств в зимнее время // Известия КазГАСУ. 2019. Том 4. № 50. С. 120-130.
- [15] Photos of the 2019 Harbin Ice and Snow Festival (2019). The Atlantic. (На англ.). URL: <https://www.theatlantic.com/photo/2019/01/photos-2019-harbin-ice-and-snow-festival/579607/> (дата обращения: 30.01.2024).
- [16] Живица В.В., Поливанова М.Е. Современные принципы создания городских общественных пространств с использованием геопластики // Строительство и техногенная безопасность. 2021. Том 21. № 73. С. 49-57. DOI: 10.37279/2413-1873-2021-21-49-57
- [17] Жак Л., Свитек М. Новое качество общественного пространства – это концепт smnart plus искусственный интеллект // Хроноэкономика. 2021. Том 5. № 33. С. 7-8.
- [18] Абайдулова Д.А., Куспангалиев Б.У., Мусабаева В.А. Открытые городские пространства через призму соучаствующего проектирования: классификация и функции общественных городских пространств // Системные технологии. 2020. Том 2. № 35. С. 55-60.
- [19] Грошева Н.Б., Болтенков И.А., Грошева Е.К. Логистические аспекты организации новых общественных пространств // Логистические системы в глобальной экономике. 2021. № 11. С. 119-121.
- [20] Комплекс «Депо.Москва» (2024). Деполесная. URL: <https://depolesnaya.ru/about#gallery-55> (дата обращения: 30.01.2024).
- [2] Artemova O.V., Savchenko A.N. Quality of the Urban Environment: Issues of Organization and Socialization of Public Space // Journal of Wellbeing Technologies. 2021. Vol. 2(41). Pp. 73-86. (In Russ.). DOI: 10.18799/26584956/2021/2(41)/1076
- [3] Notman O.V., Bagirova A.P. Attractiveness of Megalopolis Public Spaces as Evaluated by its Residents (Through the Example of Shopping and Entertainment Centers and Park Zones of Yekaterinburg) // Monitoring of Public Opinion: Economic and Social Changes. 2020. Vol. 6(148). Pp. 347-364. (In Russ.). DOI: 10.14515/monitoring.2018.6.16
- [4] Mingaleva M.V., Banaeva A.S. Features of Public Organization Spaces of the far Eastern Federal University and Australian National University of Canberra // Architecture, Urbanism & Design. 2020. Vol. 3(25). Pp. 28-36. (In Russ.).
- [5] Batalina T.S. Analysis of Features of Formation of Public Space // Business and Design Review. 2017. Vol. 1(1-5). Pp. 1-11. (In Russ.).
- [6] Pachenkov O.V. The Public Space of the City in the Face of Modern Challenges // New Literary Review. 2012. Vol. 5(117). Pp. 419-440. (In Russ.).
- [7] Eterevskaya I.N., Nazarova M.P., Yanin K.D. Features of formation of adaptivity of urban public spaces // Urban Sociology. 2021. Vol. 2. Pp. 17-29. (In Russ.).
- [8] Whyte W.H. The Social Life of Small Public Spaces. New York: Project for Public Spaces, 1980. 128 p.
- [9] Arendt H. Vita Activa, ili O deyatel'noy zhizni [Vita activa, or About an active life]. St. Petersburg: Aletheia, 2000. 437 p. (In Russ.).
- [10] Madanipour A. Whose Public Space? International Case Studies in Urban Design and Development. Publisher: Routledge, 2013. 269 p.
- [11] Shulyateva L.I., Malysheva D.A. Development of unorganized tourism: problems and efficiency improvements // International Research Journal. 2022. Vol. 10(124). Pp. 1-5. (In Russ.). DOI: 10.23670/IRJ.2022.124.70
- [12] Rogers C.R. Carl Rogers on personal power: inner strength and its revolutionary impact. New York: Delacorte Press, 1977. 240 p.
- [13] Karapetyan S.T. Human-centric Microeconomics Theory as a New Paradigm // Microeconomics. 2011. Vol. 1. Pp. 163-166. (In Russ.).
- [14] Salyakhova M.R., Shulpina Y.V. To the Question of the Relevance of the Formation of Temporary Architecture as a Way to Transform Public Spaces in Winter // News KSUAE. 2019. Vol. 4(50). Pp. 120-130. (In Russ.).
- [15] Photos of the 2019 Harbin Ice and Snow Festival (2019). The Atlantic. URL: <https://www.theatlantic.com/photo/2019/01/photos-2019-harbin-ice-and-snow-festival/579607/> (accessed on 30.01.2024).
- [16] Zhivitsa V.V., Polivanova M.E. Modern Principles of Creating Urban Public Spaces with Geoplastics // Construction and Industrial Safety. 2021. Vol. 21(73). Pp. 49-57. (In Russ.). DOI: 10.37279/2413-1873-2021-21-49-57
- [17] Zak L., Svitek M. Noye kachestvo obshchestvennogo prostranstva – eto koncept smnart plus iskusstvennyy intellekt [The new quality of public space is the smnart concept plus artificial intelligence] // Hronoeconomics. 2021. Vol 5(33). Pp. 7-8. (In Russ.).
- [18] Abaidulova D.A., Kuspangaliyev B.U., Musabayeva V.A. Open Urban Spaces through the Prism of Participatory Design: Classification and uses of Public Urban Spaces // System technologies. 2020. Vol 2(35). Pp. 55-60. (In Russ.).
- [19] Grosheva N.B., Boltentkov I.A., Grosheva E.K. Logistic

### References

- [1] Order of the Government of the Russian Federation of September 20, 2019 No. 2129-r "Ob utverzhdenii Strategii razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda" ["On approval of the tourism development strategy until 2035] (2019). Consultant-Plus. (In Russ.). URL: [https://www.consultant.ru/document/cons\\_doc\\_LAW\\_333756](https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_333756) (accessed on 30.01.2024).

Aspects of the Organization of New Public Spaces // Logistics systems in the global economy. 2021. Vol. 11. Pp. 119-121.

[20] Foodmoll «Depo Moscow» (2024). Depolesnaya. (In Russ.). URL: <https://depolesnaya.ru/about#gallery-55> (accessed on 30.01.2024).

#### Информация об авторе / About the Author

**Мария Вадимовна Ольшанская** – канд. экон. наук; заместитель директора по развитию Высшей школы промышленной политики и предпринимательства, Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы, Москва, Россия / **Maria V. Olshanskaya** – Cand. Sci. (Economics); Deputy Director for Development of the Higher School of Industrial Policy and Entrepreneurship, Peoples Friendship University of Russia named after Patrice Lumumba, Moscow, Russia  
E-mail: [m.olshanskaya@mail.ru](mailto:m.olshanskaya@mail.ru)  
SPIN РИНЦ 7279-6342  
ORCID 0000-0002-7728-3593

Дата поступления статьи: 15 февраля 2024  
Принято решение о публикации: 31 мая 2024

Received: February 15, 2024  
Accepted: May 31, 2024