Научная статья

Original article

УДК 332.14(470.40)

doi: https://doi.org/10.55186/25880209_2026_10_5_54

edn: RLMHZB

КОНФЕССИОНАЛЬНОЕ НАСЛЕДИЕ ПЕНЗЕНСКОЙ ОБЛАСТИ КАК ЭКОНОМИЧЕСКИЙ ПОТЕНЦИАЛ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА: КЛАССИФИКАЦИЯ, ПРОБЛЕМЫ И МОДЕЛИ КОММЕРЦИАЛИЗАЦИИ

THE CONFESSIONAL HERITAGE OF THE PENZA REGION AS AN ECONOMIC POTENTIAL FOR TOURISM DEVELOPMENT: CLASSIFICATION, PROBLEMS, AND COMMERCIALIZATION MODELS

Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-28-20463, https://rscf.ru/project/25-28-20463/

Малышев Алексей Алексеевич, кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и управления ФГБОУ ВО «Пензенский государственный технологический университет» (440039, Россия, г. Пенза, проезд Байдукова/ул. Гагарина, д. 1а/11), тел.: 8(8412) 49-54-41, ORCID: http://orcid.org/0000-0002-1956-6712, malyshe-aleksej@yandex.ru

Ишамятова Ирина Хафисовна, кандидат экономических наук, доцент кафедры управления недвижимостью и земельными ресурсами, ФГБОУ ВО «Государственный университет по землеустройству» (105064, г. Москва, ул. Казакова, д. 15) тел.: +7 499 553-11-53, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4917-4920, e-mail: irinaishamyatova@yandex.ru

Солодков Николай Николаевич, кандидат географических наук, доцент кафедры общее земледелие и землеустройство ФГОУ ВО «Пензенский государственный аграрный университет» » (440014 Россия, г. Пенза, ул. Ботаническая, д. 30), тел. 8(8412) 62-83-59, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4357-1973, niconsol@yandex.ru

Aleksey Al. Malyshev, candidate of Economics sciences, associate professor of the Department of Economics and Management, Penza State Technological University (440039, Russia, Penza, Baidukova proezd/Gagarin str., 1a/11), tel.: 8(8412) 49-54-41, ORCID: http://orcid.org/0000-0002-1956-6712, malyshe-aleksej@yandex.ru

Irina Kh. Ishamyatova, candidate of Economic Sciences, Associate Professor of the Department of Real Estate and Land Resources Management, State University for Land Use Planning (15 Kazakova Street, Moscow, 105064), phone: +7 499 553-11-53, ORCID: https://orcid.org/0000-0002-4917-4920, e-mail: irinaishamyatova@yandex.ru

Nikolay N. Solodkov, candidate of Geography sciences, associate professor of the Department of General Agriculture and Land Management, Penza State Agrarian University (440014, Russia, Penza, Botanicheskaya str., 30), tel. 8(8412) 62-83-59, ORCID: https://orcid.org/0000-0003-4357-1973, niconsol@yandex.ru

Аннотация. Целью данной статьи является анализ объектов конфессионального наследия Пензенской области и оценка экономического потенциала для использования в развитии туристической отрасли. Для реализации этой цели необходимо выявить основные проблемы конфессионального наследия, провести классификацию объектов конфессионального наследия, проанализировать текущее состояние религиозных памятников, изучить практические примеры использования конфессионального наследия в туризме, выявить и дать описание существующих моделей коммерциализации деятельности объектов конфессионального наследия. В данной статье авторы выделяют три категории объектов религиозного наследия: успешно интегрированные в

туристическую инфраструктуру, находящиеся в аварийном состоянии или заброшенные, и малоизвестные, но перспективные для туристического освоения. Рассматриваются четыре модели коммерциализации таких объектов — от базовой (входные билеты и пожертвования) до инновационных: «Храм + продуктовый бренд», «Храм + образование» и «Храм + культура». Делается вывод о необходимости диверсификации бизнес-моделей для устойчивого развития туристического сектора и сохранения духовного наследия. Результаты исследования имеют высокий практический потенциал и могут быть использованы администрацией Пензенской области, турфирмами, религиозными организациями и инвесторами для устойчивого развития туризма на основе грамотного управления объектами конфессионального наследия. Исследование выполнено за счет гранта Российского научного фонда № 25-28-20463, https://rscf.ru/project/25-28-20463/.

Abstract. The purpose of this article is to analyze the objects of confessional heritage in the Penza region and assess their economic potential for use in the development of the tourism industry. To achieve this goal, it is necessary to identify the main problems related to confessional heritage, classify objects of confessional heritage, analyze the current state of religious monuments, study practical examples of using confessional heritage in tourism, and identify and describe the existing models for commercializing the activities of objects of confessional heritage. In this article, the authors identify three categories of religious heritage sites: those successfully integrated into the tourism infrastructure, those in a state of disrepair or abandoned, and those that are little-known but promising for tourism development. Four models of commercializing such sites are considered — from the basic one (entrance fees and donations) to innovative ones: “Temple + product brand”, “Temple + education”. This study was supported by a grant from the Russian Science Foundation Project No. 25-28-20463, https://rscf.ru/en/project/25-28-20463/.

Ключевые слова: конфессиональное наследие, религиозный туризм, Пензенская область, экономический потенциал, туристическая инфраструктура, модели коммерциализации, культурное наследие, духовные центры

Keywords: confessional heritage, religious tourism, Penza Oblast, economic potential, tourism infrastructure, commercialization models, cultural heritage, spiritual centers

Введение. Культурное наследие Пензенской области отражает этапы исторического развития конфессионального пространства и представляет собой актив для развития туризма**.** Однако его потенциал развития сильно зависит от состояния объектов**,** уровня их сохранности**,** доступности и степени интеграции в туристическую инфраструктуру**.** Проведенный теоретический анализ выявляет три ключевых состояния объектов конфессионального наследия**:** идеально сохранившиеся и успешно используемые в качестве туристических центров, находящиеся в аварийном состоянии и требующие срочных инвестиций, а также непопулярные в туристической отрасли, представляющие собой скрытый, но огромный ресурс [3, 4].

Экономический потенциал региона в этой сфере конфессионального наследия остаётся недостаточно проанализирован. Согласно представленным данным официальной статистики, в 2024 году турпоток в Пензенскую область вырос с 352 до 366 тысяч человек. Летний сезон 2025 года отмечен приростом числа гостей почти на 11% по сравнению с аналогичным периодом 2024 года: за этот период регион посетили 245 тысяч человек. По итогам 2025 года турпоток составил 525,33 тыс. туристов. Однако, несмотря на положительную динамику, регион занимает лишь третье место с конца в Приволжском федеральном округе по абсолютному числу туристов, что указывает на наличие значительных неиспользованных резервов.

Материалы и методы исследований. В работе применялись следующие методы исследования: анализ статистических данных, классификационный (типологический) анализ, кейс-стадии (анализ конкретных примеров), сравнительный анализ, систематизация и моделирование. Эти методы позволили авторам не только оценить текущее состояние объектов конфессионального наследия, но и предложить практические рекомендации по их экономическому освоению в целях развития туризма.

К первой категории объектов относится конфессиональное наследие, которое успешно интегрировалось в существующие туристические маршруты. Так, например в селе Поим Белинского района функционирует восстановленная



Рисунок 1 - Установленная защитная зона объекта культурного наследия регионального значения Церковь Покрова Пресвятой Богородицы

Церковь Николая Чудотворца и Церковь Покрова Пресвятой Богородицы (рис.1). Открыта часовня Казанской иконы Божьей Матери в 2023 году. В этом же селе специально создан историко-архитектурный музей-заповедник, который не просто сохраняет памятники, но и позиционирует историю через множество экспозиций, рассказывающих о ремеслах, коммерции, военной истории и быте жителей села и уникальная усадьба графа Шереметьева. Процесс реставрации здесь ведется постоянно. Этот комплекс уже является

готовым туристическим продуктом, который может быть использован как отправная точка для более сложных маршрутов [10].

Еще одним примером является Троице-Скановская женская обитель. Обитель предлагает не только экскурсионное посещение, но и интегрирует в туристический продукт собственную производственную деятельность. Этот подход создает дополнительный источник дохода, повышает ценность посещения для туриста и распространяет бренд монастыря далеко за пределами региона. Интеграция в коммерческие туры уникальных пещерных ходов и пещерных храмов, превышающих Киево-Печерскую Лавру по протяженности, также демонстрирует высокий уровень продуманности туристического предложения. Подобные объекты, как и Спасский кафедральный собор в Пензе, с его сложной историей и последующего восстановления, сами по себе являются мощнейшим туристическим привлекательным фактором.

Однако, помимо этих успешных примеров, существует значительный количество объектов, находящихся в аварийном состоянии или полностью заброшенных.

Статистические данные свидетельствуют о масштабах этой проблемы.

Всего в Пензенской области около 584 храмов и монастырей и около 69 мечетей. Из них на сегодняшний день не функционирует около 20%(рис.2) [8].

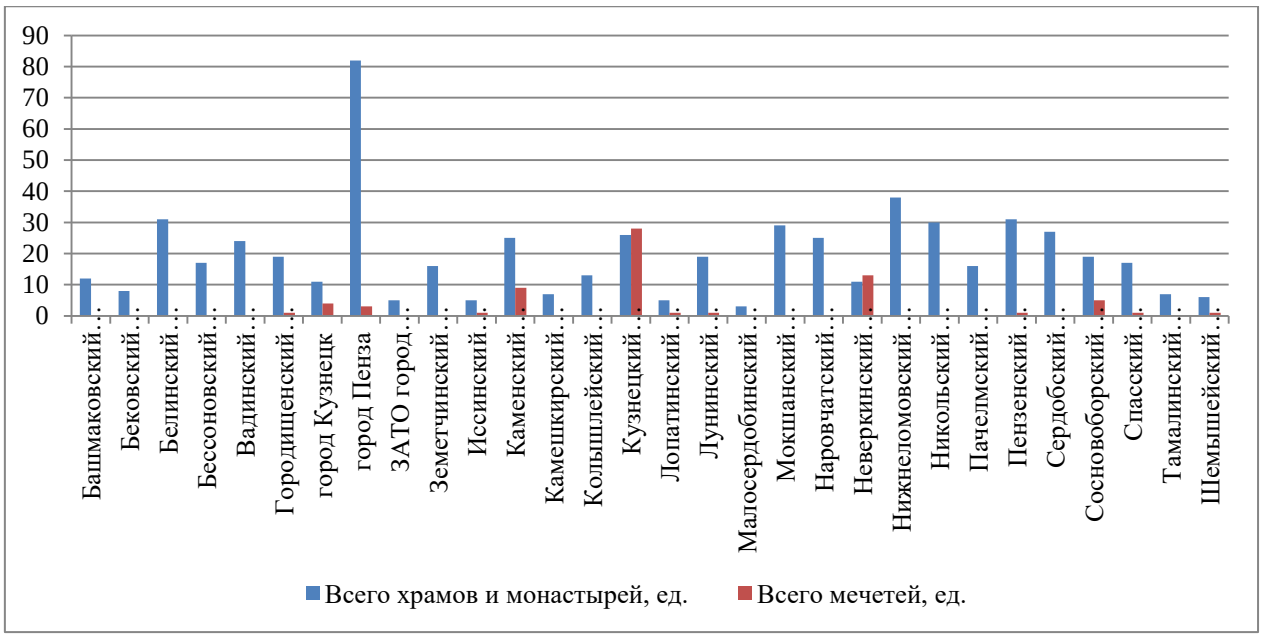


Рисунок 2 - Объекты конфессионального наследия Пензенской области

Как свидетельствуют исторические данные на 1 января 1945 года в Пензенской области из 506 зарегистрированных православных храмов только два были активны, 28 находились в неиспользуемом состоянии, а 476 были переданы под хозяйственные и культурно-просветительские нужды. Хотя многие из этих зданий были возвращены в 1945–1948 годах, масштаб разрушений остался серьезным. Значительная часть объектов культурного наследия, особенно в сельской местности, не эксплуатируется и находится в состоянии разрушения. Этот факт является отрицательным для развития туризма, поскольку аварийные здания не могут безопасно принимать посетителей и имеют низкую привлекательность.

В качестве примера можно привести заброшенный храм во имя Казанской иконы Божией Матери в селе Алексеевка. Построен в 1820 году на средства графа Алексея Кирилловича Разумовского [7].



Рисунок 3 - Заброшенный храм во имя Казанской иконы Божией Матери в селе Алексеевка

Третий, и, возможно, самый обширный пласт — это непопулярные в туристической отрасли объекты. Существует явный разрыв между хорошо документированными и популяризированными объектами, такими как Поим или Троице-Скановская обитель, и тысячами других, забытых православных храмов, мечетей и синагог [6]. Это приводит к тому, что туристическое предложение региона выглядит фрагментированным и несбалансированным, не позволяя создать целостное представление о его конфессиональном наследии.

Результаты и обсуждения. Экономический потенциал конфессионального наследия в Пензенской области определяется не только его исторической и культурной ценностью, но и способностью превращать эти активы в устойчивые источники дохода. Анализ имеющихся данных выявляет наличие нескольких моделей коммерциализации, от простейших и широко распространенных до более сложных и инновационных, которые могут служить ориентиром для дальнейшего развития этого направления туризма [1, 2, 5, 9]. Эти модели варьируются от базовой платы за вход и благотворительности до создания собственных продуктовых брендов и организации образовательных программ.

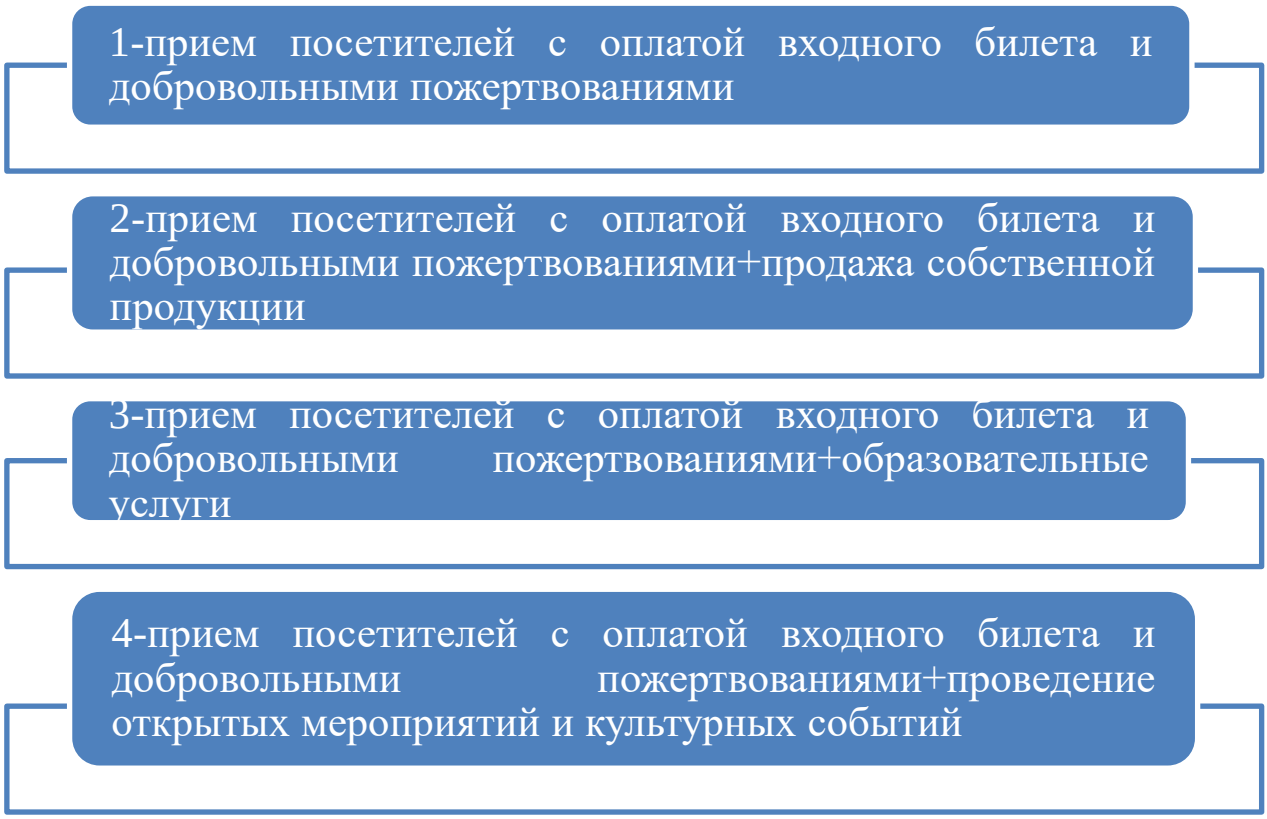


Рисунок 4 - Модели коммерциализации деятельности объектов конфессионального наследия

Наиболее распространенной, но и наименее доходной моделью является классическая туристическая практика: прием посетителей с оплатой входного билета и добровольными пожертвованиями. Большинство православных храмов и монастырей в регионе, включая Спасский кафедральный собор и Митрофановскую церковь используют эту модель. Доходы от такой деятельности преимущественно формируются за счет продажи предметов культа (свечей, просфор, ладана) и платы за совершение религиозных обрядов (венчание, крещение, отпевание).

Эта модель, хотя и обеспечивает базовое финансирование, не способна покрывать затраты на масштабные работы по реставрации, обслуживанию зданий и проведению маркетинговых кампаний. Она создает финансовую зависимость от поступлений, которые могут быть непредсказуемыми, и не позволяет инвестировать в долгосрочное развитие туристического продукта.

Более устойчивой моделью является модель «Храм + продуктовый бренд», ярким примером которой является Троице-Скановская женская обитель. Этот монастырь демонстрирует, как можно эффективно использовать свое местоположение и ресурсы для создания дополнительных источников дохода. Предлагая на продажу собственную продукцию, обитель не только увеличивает свой доход без увеличения стоимости посещения, но и значительно повышает ценность туристического продукта. Такой подход решает сразу несколько задач: он повышает узнаваемость и бренд монастыря, создает положительный имидж как центра духовной, но и хозяйственной жизни, а также способствует развитию местной аграрной экономики. Эта модель может быть адаптирована и для других объектов: например, монастыри могли бы развивать производство собственных свечей, копиров, ладана, а также выпускать литературу и сувениры, оформленные в соответствии с их уникальной историей и архитектурой.

Другой инновационной моделью является «Храм + образование». Пензенская соборная мечеть является здесь передовым примером. Интеграция курсов подготовки имамов и муэдзинов в деятельность мечети создает новый, структурированный источник дохода в виде платных услуг. Это не только приносит финансовую выгоду, но и повышает престиж мечети как центра исламского образования в регионе, превращая ее из простого места богослужения в многопрофильный институт. Такая модель может быть применена и другими конфессиями. Например, православные монастыри могли бы проводить летние духовные школы, семинары для молодежи, а также организовывать мастер-классы по традиционным ремеслам, которые они могут сохранить и развивать.

Наконец, существует модель «Храм + культура», которая фокусируется на использовании пространства для проведения открытых мероприятий и культурных событий. Эта модель может быть расширена. Например, в храмах, не являющихся центрами активной духовной жизни, можно было бы организовывать выставки, концерты камерной музыки, чтения, лекции. Такие

мероприятия не только генерируют доход, но и повышают социальную значимость конфессиональных объектов, превращая их в центры культурной жизни не только для верующих, но и для всего города или района. Для развития этого направления необходима координация между различными конфессиями, музеями и областным департаментом культуры и туризма. Создание совместных маршрутов, где бы объединялись различные типы мероприятий, могло бы значительно повысить туристическую привлекательность региона.

Для обоснования инвестиционной привлекательности объектов конфессионального наследия Пензенской области ниже приведены данные о стоимости реставрации аналогичных объектов в других регионах РФ в табл.1:

Таблица - 1 Источники финансирования объектов культурного наследия

Объект	Регион	Стоимость реставрации	Источник финансирования
Церковь Петра и Павла	Ярославль	315,6 млн руб.	федеральный + областной бюджеты
Храм Иоанна Предтечи (ансамбль)	Ярославль	1 млрд руб. (всего)	федеральный + областной бюджеты
Церковь Преображения	Хохловка	22,19 млн руб.	бюджетные средства

Таким образом для восстановления одного храма в региональном центре обходится в среднем в 300–350 млн руб. (церковь Петра и Павла в Ярославле — 315,6 млн руб.). Комплексная реставрация крупного культового ансамбля может достигать 1 млрд руб. (храм Иоанна Предтечи в Ярославле). Реставрация небольшой церкви в сельской местности может стоить от 20 до 80 млн руб. (церковь Преображения в Хохловке — 22,19 млн руб.).

С учётом этих данных, для Пензенской области ориентировочные затраты на восстановление одного заброшенного храма в сельской местности составят 50–80 млн руб., а для объектов в районных центрах — 100–200 млн руб. Приоритетной задачей является отбор 10–15 наиболее ценных в архитектурном и историческом отношении объектов для первоочередной

реставрации, что потребует инвестиций в размере 0,5–1,5 млрд руб. в зависимости от выбранных объектов.

Сравнительный анализ с другими регионами. Для повышения конкурентных позиций Пензенской области в сфере конфессионального наследия как экономического потенциала развития туризма проведен сравнительный анализ показателей с соседними регионами (табл. 2)

Таблица 2 - Сравнительный анализ показателей конфессионального наследия как экономического потенциала развития туризма

Показатель	Пензенская область	Тамбовская область	Нижегородская область
Турпоток (2025)	525,33 тыс. чел.	324 тыс. чел. (2024)	не менее 400 тыс. чел. (только Дивеево)
Доходы от туризма (2024)	371939,1 тыс. руб.	3,3 млрд руб.	21,8 млрд руб.
Ключевой религиозный объект	Троице-Сканов монастырь	Дивеевский монастырь	Дивеевский монастырь

Исходя из представленных данных в таблице по общему турпотоку Пензенская область превосходит Тамбовскую (525 тыс. против 324 тыс. человек), однако сильно отстаёт в монетизации этого потенциала. Так, в Нижегородской области Дивеевский монастырь служит ориентиром для развития: ежегодно его посещает 400 тыс. туристов. Для Пензенской области достижение даже 10% от этого показателя (40 тыс. паломников в год на Троице-Сканов монастырь) стало бы значительным достижением.

Анализируя деятельность паломнического туризма в России, то вырос на 10% в 2025 году. Более половины паломников — молодёжь: 34% из них — зумеры, 27% — миллениалы. Наиболее значительный рост спроса зафиксирован в Калужской (+96%), Нижегородской (+79%), Владимирской (+34%) и Ярославской (+25%) областях [10, с. 1260]. Это свидетельствует о наличии неудовлетворённого спроса, который Пензенская область может перенаправить на свои объекты.

Туризм обладает высоким мультипликативным эффектом, который проявляется не только в прямых доходах, но и в стимулировании смежных секторов экономики: транспорта, торговли, строительства, сельского хозяйства и других.

Для Пензенской области прирост турпотока на 10 тыс. паломников в год (что составляет около 2% от текущего турпотока) может дать следующий мультипликативный эффект, который представлен в таблице 3.

Таблица 3 - Результат мультипликативного эффекта при приросте турпотока на 2 % в Пензенской области

Статья дохода	Расчёт (на 10 тыс. паломников)	Сумма
Проживание (гостиницы, гостевые дома)	10 000 × 2 ночи × 1 500 руб.	30 млн руб.
Питание	10 000 × 2 дня × 800 руб.	16 млн руб.
Транспортные услуги	10 000 × 1 000 руб.	10 млн руб.
Экскурсионное обслуживание	10 000 × 500 руб.	5 млн руб.
Сувениры и монастырская продукция	10 000 × 300 руб.	3 млн руб.
Прямые доходы (всего)		64 млн руб.
Косвенные доходы (смежные отрасли, коэффициент 0,5)	64 млн × 0,5	32 млн руб.
Общий мультипликативный эффект		≈96 млн руб.

Анализируя данные таблицы развития религиозного туризма в Пензенской области даже на умеренном уровне (привлечение дополнительных 10 тыс. паломников в год) может принести региону около 100 млн руб. дополнительного дохода, создать рабочие места в сфере обслуживания (гиды, водители, работники гостиниц и кафе) и стимулировать развитие инфраструктуры в сельских районах.

Количественная оценка эффективности моделей коммерциализации конфессионального наследия можно рассмотреть на четырёх моделях, которые были ранее рассмотрены. Для каждой из предложенных моделей коммерциализации произведён расчёт экономических параметров с учётом региональных реалий. Расчет показателей базовой модели представлен в таблице 4.

Таблица - 4 Модель 1 Базовая (входные билеты + пожертвования)

Показатель	Значение
Средняя посещаемость одного храма в год	5 000–10 000 чел.
Средний чек (пожертвования + свечи + записки)	100–200 руб.
Годовой доход на один объект	0,5–2 млн руб.
Затраты на содержание (коммунальные, уборка, охрана)	300–500 тыс. руб./год
Чистый доход (до налогов)	0,2–1,5 млн руб.

Модель обеспечивает выживание, но не покрывает затраты на реставрацию и развитие коммерциализации конфессионального наследия Пензенского региона.

Деятельность второй модели с выпуском собственной продукции под своим брендом показана в таблице 5.

Таблица 5 - Модель 2: «Храм + продуктовый бренд» (на примере Свято-Троицкий Сканов монастырь)

Показатель	Оценка
Продуктовая линейка	выпечка, мёд, квас, травяные сборы, сувениры
Средний чек покупателя	300–500 руб.
Доля посетителей, совершающих покупку	30–50%
Годовой поток посетителей (оценка)	20 000–30 000 чел.
Годовой доход от продаж	1,8–7,5 млн руб.
Инвестиции на запуск (оборудование, сертификация, упаковка)	1–2 млн руб.
Срок окупаемости	3–6 месяцев

Данная модель высокоэффективна, быстро окупается и может быть масштабирована не только в Пензенском регионе, но и будет применима в других с учетом особенностей самого региона.

Анализируя модель 3 «Храм +образование», нужно отметить, что основой упор делается на обучение квалифицированного кадрового состава для удовлетворения спроса на духовно-религиозного образования. Данная модель представлена в таблице 6.

Таблица 6 - Модель 3: «Храм + образование»

Показатель	Оценка
Платные курсы/семинары в год	5–10 групп по 20–30 чел.
Стоимость обучения на одного человека	3 000–10 000 руб.
Годовой доход от образовательных программ	0,3–3 млн руб.
Инвестиции (учебные помещения, методические материалы)	0,5–1 млн руб.
Срок окупаемости	3–6 месяцев

Данная модель является эффективной при наличии квалифицированных кадров и спроса на духовное/религиозное образование.

Четвертая модель «Храм + культура» требует координационного подхода и с органами культуры. Это четкая модель с эффективным выходом и при правильной организации и выстраивания маркетинга партнёрских отношений с органами культуры дает быстрый эффект. Данная модель представлена в таблице 7.

Таблица 7 - Модель 4: «Храм + культура»

Показатель	Оценка
Мероприятий в год	10–20 событий (концерты, выставки, лекции)
Средняя посещаемость одного события	50–200 чел.
Средняя цена билета	300–1 000 руб.
Годовой доход от культурных событий	0,15–4 млн руб.
Инвестиции (оборудование, свет, звук, реклама)	0,3–1 млн руб.
Срок окупаемости	3–6 месяцев

Таким образом, данная модель требует координации с органами культуры, но даёт быстрый результат при правильной организации.

Оценка барьеров и рисков. На основе теоретического анализа, официальных источников и правовых документов выявлены основные ключевые барьеры для развития религиозного туризма в Пензенской области, которые представлены в таблице 8.

Таблица – 8 Основные барьеры и пути выхода в развитии религиозного туризма Пензенской области

Барьер	Характеристика	Предлагаемое решение
Правовой	Сложность оформления земельных участков под храмами, нахождение многих объектов в собственности РПЦ без оформленных туристических прав	Заключение соглашений между епархией и туроператорами; разработка типовых договоров
Финансовый	Отсутствие льготного налогообложения для туристической деятельности при храмах	Введение муниципальных льгот для субъектов туриндустрии, работающих при объектах конфессионального наследия
Инфраструктурный	Плохое состояние дорог к удалённым храмам, отсутствие парковок, туалетов, кафе	Включение дорог к ключевым объектам в программу развития сельских территорий
Организационный	Недостаточная координация между Министерством культуры и туризма, епархией и туроператорами	Создание межведомственной рабочей группы по развитию религиозного туризма
Кадровый	Дефицит квалифицированных экскурсоводов по религиозной тематике	Организация курсов подготовки на базе Пензенской духовной семинарии

На основе проведённого анализа предлагается следующий порядок действий для Пензенской области, показанный в таблице 9:

Таблица – 9 Мероприятия для развития религиозного туризма Пензенской области

Этап	Срок	Мероприятие	Инвестиции	Окупаемость / срок
Краткосрочный	1–2 года	Внедрение модели «Храм + продуктовый бренд» в Троице-Сканове монастыре	1–2 млн руб.	3–6 месяцев
		Создание туристического портала с картой всех конфессиональных объектов		
		Проведение опроса туристов для уточнения портрета паломника		
Среднесрочный	2–5 лет	Отбор 10–15 наиболее перспективных заброшенных храмов для включения в программу реставрации	0,5–1,5 млрд руб. (привлечение федеральных средств)	5–7 лет.
		Внедрение модели «Храм +		

		культура» в 3–5 объектах		
		Достижение ежегодного турпотока на ключевые объекты религиозного туризма		
Долгосрочный	5–10 лет	Создание кластера религиозного туризма с включением в федеральные туристические маршруты	1,5- 2 млрд руб.	5–7 лет.
		Увеличение доли религиозного туризма в общем турпотоке		
		Выход на доходы от религиозного туризма		

Таким образом, экономический потенциал конфессионального наследия Пензенской области показывает резерв, который необходимо использовать, но его раскрытие требует перехода от простой модели приема посетителей к более сложным, диверсифицированным бизнес-моделям. Эффективно организованная экономическая деятельность может служить инструментом сохранения, развития и популяризации духовного наследия, создавая новые рабочие места и стимулируя экономический рост в регионах, где находятся эти уникальные объекты. Проведённый анализ показывает, что при рациональном управлении этот потенциал может быть оценён в сотни миллионов рублей дополнительного дохода ежегодно. Пензенская область имеет значительное преимущество по количеству объектов культурного наследия, однако сильно отстаёт в коммерциализации и их монетизации. Привлечение инвестиций в размере 0,5–2 млрд руб. для восстановления 10–15 ключевых объектов может обеспечить окупаемость в течение 5–7 лет и создать устойчивый источник дохода для региона, сохраняя при этом уникальное духовное наследие. В статье были проанализировано конфессиональное наследие Пензенской области, а именно текущее состояние религиозных памятников, были изучены практические примеры использования конфессионального наследия в туризме, выявлены и проанализированы модели коммерциализации деятельности объектов конфессионального наследия. Выделены категории объектов религиозного наследия. Выделены четыре модели коммерциализации таких объектов — от

базовой (входные билеты и пожертвования) до инновационных: «Храм + продуктовый бренд», «Храм + образование» и «Храм + культура». Делается вывод о необходимости диверсификации бизнес-моделей для устойчивого развития туристического сектора и сохранения духовного наследия. Результаты исследования имеют высокий практический потенциал и могут быть использованы администрацией Пензенской области, турфирмами, религиозными организациями и инвесторами для устойчивого развития туризма на основе рационального управления объектами конфессионального наследия. Даны рекомендации по проведению мероприятий в различные промежутки времени от краткосрочной стратегии развития до долгосрочной.

Список источников

1. Балабейкина О.А., Власова М.А., Гаврилова К.С. Роль религиозного туризма в экономике Тверской области: опыт комплексного исследования // Вестник Тверского государственного университета. Серия: Экономика и управление. 2021. № 3 (55). С. 109-120.

2. Карпенко О.А. Православный религиозный потенциал и капитал в составе духовного человеческого потенциала и капитала в системе экономических и общественных отношений: монография. Москва, 2024. 208 с.

3. Крылова Т.В., Казанцева Г.А., Бердникова А.И., Самарина В.М. Особенности развития религиозного туризма // Наука Красноярья. 2020. Т. 9. № 1-3. С. 66-74.

4. Кучумов А.В., Печерица Е.В., Хорева Л.В. Религиозный туризм в системе современных концептуальных подходов и социальных практик // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2023. № 4 (142). С. 156-163.

5. Овсянников В.П., Якунин В.Н. Религиозный туризм как механизм поддержания духовно-культурных процессов на уровне регионального социума // Сервис в России и за рубежом. 2016. Т. 10. № 9 (70). С. 107-117.

6. Официальный сайт Министерства культуры и туризма Пензенской области. URL: https://minkult.pnzreg.ru/ (дата обращения: 30.09.2025).

7. Официальный сайт Туризм и отдых в Пензенской области. URL: https://welcome2penza.ru/ (дата обращения: 30.09.2025).

8. Пензенская область, список храмов и монастырей URL: https://sobory.ru/geo/state/17 (дата обращения: 30.09.2025).

9. Прокопенко Т.А. Экономико-географический и исторический аспекты развития религиозного туризма: на примере Русской Православной Церкви [Текст]: дисс. геогр. наук: 25.00.24. – Краснодар. – 2007. –191 с.

10. Шарибжанова А.Ф. Туристический потенциал Пензенской области: анализ и стратегии развития // Вестник науки. 2025. Т. 4. № 1 (82). С. 1260-1265

References

1. Balabeikina O.A., Vlasova M.A., Gavrilova K.S. The role of religious tourism in the economy of the Tver region: the experience of a comprehensive study // Bulletin of Tver State University. Series: Economics and Management. 2021. No. 3 (55). pp. 109-120.

2. Karpenko O.A. Orthodox religious potential and capital as part of spiritual human potential and capital in the system of economic and social relations: monograph. Moscow, 2024. 208 p.

3. Krylova T.V., Kazantseva G.A., Berdnikova A.I., Samarina V.M. Peculiarities of religious tourism development // Science of Krasnoyarsk region. 2020. Vol. 9. No. 1-3. pp. 66-74.

4. Kuchumov A.V., Pecheritsa E.V., Khoreva L.V. Religious tourism in the system of modern conceptual approaches and social practices // Proceedings of the St. Petersburg State University of Economics. 2023. No. 4 (142). pp. 156-163.

5. Ovsyannikov V.P., Yakunin V.N. Religious tourism as a mechanism for maintaining spiritual and cultural processes at the level of regional society // Service in Russia and abroad. 2016. Vol. 10. No. 9 (70). pp. 107-117.

6. Official website of the Ministry of Culture and Tourism of the Penza region. URL: https://minkult.pnzreg.ru / (date of access: 30.09.2025).

7. The official website of Tourism and recreation in the Penza region. URL: https://welcome2penza.ru / (date of access: 30.09.2025).

8. Penza region, list of temples and monasteries URL: https://sobory.ru/geo/state/17 (date of request: 30.09.2025).

9. Prokopenko T.A. Economic, geographical and historical aspects of the development of religious tourism: on the example of the Russian Orthodox Church [Text]: diss. Geographical sciences: 25.00.24. – Krasnodar. – 2007. -191 p.

10. Sharibzhanova A.F. Tourism potential of the Penza region: analysis and development strategies // Bulletin of Science. 2025. Vol. 4. No. 1 (82). pp. 1260-1265

© Малышев А. А., Ишамятова И.Х., Солодков Н. Н., 2026. International agricultural journal, 2026, № 5, 190-209.