

ЭКОНОМИКА, МЕНЕДЖМЕНТ И МАРКЕТИНГ, ПРАВО В ТУРИЗМЕ И ГОСТЕПРИИМСТВЕ

УДК 379.85

Ю.Н. ОГУРЦОВА, канд. экон. наук,
доцент кафедры туристического бизнеса и гостеприимства
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Уральский государственный экономический университет»,
г. Екатеринбург, Российская Федерация
E-mail: econ04@rambler.ru



Статья поступила 1 марта 2023 г.

КУЛЬТУРНЫЙ МАРШРУТ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ ФОРМИРОВАНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ДЕСТИНАЦИЙ ВО ВНУТРЕННЕМ ТУРИЗМЕ

В статье исследованы понятия и требования к созданию культурных маршрутов как основы (либо дополнения) формирования национальных туристских маршрутов по различным видам туризма: культурно-познавательного, этнографического, образовательного, событийного и других – с целью создания привлекательности дестинаций для повышения внутреннего туристического потока. Рассмотрен зарубежный и авторский подход к дефиниции «культурный маршрут», обоснована целесообразность ее разработки и применения в российском законодательстве. Нормативная правовая база российского туризма содержит только правила сертификации национальных туристских маршрутов, что, по мнению автора, недостаточно для совершенствования работы по формированию узнаваемых брендов регионов в условиях развития внутреннего туризма в стране.

Сформулированы основные факторы мотивации разработки культурных маршрутов в России на основе местных инициатив, имеющих поддержку городского сообщества. Рассмотренный опыт сертификации культурных маршрутов в Европе позволяет сформулировать подходы к разработке туристских культурных маршрутов нескольких уровней – местного, регионального, национального, международного.

Также автором проводится оценка привлекательности культурных маршрутов для различных сегментов потребителей в российском туризме с учетом частоты их путешествий в различных регионах России. Определены тенденции путешествий во внутреннем и местном российском туризме, способствующие росту спроса на посещение культурно-исторических, архитектурных и памятных объектов в рамках краткосрочных поездок, зачастую организуемых самостоятельно.

На основе статистики путешествий во внутреннем туризме выявлены основные сегменты туристов, которые будут заинтересованы в потреблении турпродуктов, сформированных на основе культурных маршрутов.

Ключевые слова: культурный маршрут, туризм, внутренний туризм, устойчивое развитие, историко-культурное наследие.

OGURTSOVA Yu.N., PhD in Econ. Sc., Associate Professor,
Associate Professor of the Department of Travel Business and Hospitality
Ural State Economy University, Russian Federation
E-mail: econ04@rambler.ru

CULTURAL ROUTE AS PART OF THE FORMATION OF SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE TERRITORY IN DOMESTIC TOURISM

The article explores the concepts and requirements for creating cultural routes as the basis (or supplement) for the formation of national tourist routes for various types of tourism - cultural, educational, educational, event and others in order to create the attractiveness of destinations to increase the internal tourist flow. The foreign and author's approach to the definition "cultural route" was considered, the feasibility of its development and application in Russian legislation was justified. The regulatory legal framework of Russian tourism contains only the rules for certification of national tourist routes, which, according to the author, is not enough to improve the work on the formation of recognizable regional brands in the context of the development of domestic tourism in the country.

The main factors of motivation for the development of cultural routes in Russia are formulated on the basis of local initiatives that have the support of the urban community. The considered experience of certification of cultural routes in Europe allows us to formulate approaches to the development of tourist cultural routes of several levels - local, regional, national, international.

The author also assesses the attractiveness of cultural routes for various segments of consumers in Russian tourism, taking into account the frequency of their travel in various regions of Russia. Travel trends in domestic and local Russian tourism have been identified, contributing to an increase in demand for visits to cultural, historical, architectural and memorable objects as part of short-term trips, often organized independently.

Based on travel statistics in domestic tourism, the main segments of tourists who will be interested in consuming tourist products formed on the basis of cultural routes have been identified.

Keywords: *cultural route, tourism, domestic tourism, sustainable development, historical and cultural heritage.*

Введение. Вопросы роли культурно-исторического наследия регионов и стран в целом имеют немаловажное значение в формировании геополитических, экономических, образовательных и иных процессов на различных уровнях государственного управления страны - от местного (муниципального) до международного.

Цель исследования - выявление привлекательности культурных маршрутов для различных сегментов потребителей во внутреннем туризме России, а также на основе изучения европейских подходов к сертификации культурного туризма, формулировка предложений по внесению понятия «культурный маршрут» в нормативную правовую базу туризма в Российской Федерации.

«Культурный туризм является одной из крупнейших и наиболее динамично развивающихся составляющих мирового рынка туризма. Внимание и интерес к нему возрастает

с каждым годом. Подтверждением этому является провозглашение 2018 года Европейским годом туризма и культурного наследия. «Стамбульская декларация по туризму и культуре: на благо всех», принятая 3-5 декабря 2018 г. на третьей Всемирной конференции ЮНВТО/ЮНЕСКО по туризму и культуре, провозглашает дальнейшее содействие реализации Повестки дня в области устойчивого развития на период до 2030 года, в том числе развитию культурного туризма в интересах устойчивости и творческого развития городов и усилению роли ответственного туризма в содействии охране нематериального культурного наследия»[1]. Внедрение уже отработанного европейского опыта разработки и внедрения культурных маршрутов в России может послужить значительной поддержкой как развития внутреннего туризма, так и повышения устойчивого развития регионов за счет брендинга и

формирования межрегиональных связей туристских дестинаций.

Анализ литературы

«Вопросы разнопланового значения, в том числе, и геополитической роли, культурного туризма и исторического наследия, затрагиваются в публикациях последних лет достаточно активно. В работе А.Ю. Александровой изучена геополитическое значение исторического Великого шелкового пути в формировании современных геополитических и экономических стратегий, а также их влияния на туризм» [2]. А.С. Матвеевская исследует вопросы влияния туризма на взаимодействие между странами и место России в проекте «Культурные маршруты» Совета Европы [3]. В ряде публикаций О.В. Королевой, С.В. Дихтяр и др. «поднимается вопрос участия России в проектах по формированию международных и трансграничных культурных маршрутов» [4,5]. Афанасьевой А.В. и соавторами описаны механизм взаимодействия участников 45 культурных маршрутов Европы и сформулирована общая модель культурного маршрута как системы [6].

Культурный маршрут - проект, объединяющий различные области культуры, образования, исторического наследия и экскурсионной деятельности. Создание таких проектов направлено на разработку, развитие и поддержание одного или нескольких туристических маршрутов (экскурсий), связанных с историческими, архитектурными памятниками, культурными или этнографическими концепциями, известными личностями или знаменательными событиями, которые имеют важное значение для сохранения культурно-исторического наследия, поддержания национальных ценностей, развития общественных инициатив [7].

Данный подход способствует формированию нового видения существующей территории, способствует как культурному, так и экономическому, социальному и экологическому развитию на различных географических уровнях. Первый этап - определение базовых ресурсов (то, что мы имеем локально) и в дальнейшем - развитие этого в разнонаправленных направлениях. Изначально идея базируется на личных намерениях, с учетом мотивации использования в общественных интересах.

Многие художественные, творческие и культурные проекты часто не реализуются,

либо имеют краткосрочный одноразовый эффект, без предварительной разработки плана устойчивого развития. Это обусловлено тем, что творческая энергия направлена на конечный продукт, а не на правильные этапы его создания и реализации. Каждый проект должен иметь четкую цель и согласованную стратегию различных способов для его достижения. Необходимо для разработчиков проработать ответ на вопрос - почему? И сформулировать четкое объяснение причин для его реализации для местной администрации а также для местного сообщества. Могут быть различные мотивации для создания культурных маршрутов:

- повышение осведомленности о культурном наследии и его доступности;
- привлечение местных и/или зарубежных туристов;
- создание культурных турпродуктов высокого качества и повышения их доступности;
- вовлечение, привлечение и расширение прав и возможностей местных сообществ;
- патриотическое воспитание и образовательная деятельность;
- создание и повышение ценностей, специфичных для данной местности;
- нацеленность на устойчивое развитие территории;
- поощрение синергизма между различными секторами экономики данной территории (мультипликативный эффект туризма).

Из вышеперечисленных причин выбираются наиболее актуальные для организаторов проекта и местных администраций, тогда это гарантирует поддержку и продвижение с дальнейшим привлечением стейкхолдеров проекта.

Цель культурного маршрута также диктует его сфера применения. Обычно все инициативы начинаются на местном уровне только с несколькими людьми, у которых есть видение и способность осуществлять его. Местные инициаторы, как правило, оказывают большее влияние на городское сообщество.

Четыре основных уровня культурных маршрутов могут различать:

1. Региональный/местный уровень содержит проект культурного сотрудничества, разработанный на уровне по меньшей мере трех муниципалитетов на основе региональ-

ных и местных культурных ресурсов - история, материальное и нематериальное наследие, личности, имеющие отношение к истории страны, участие групп, их образование в области культуры и укрепление их культурной самобытности. Этот уровень предназначен для создания интересных маршрутов с возможностью их трансформации и обновления, мероприятиями по продвижению с целью привлечения местных туристов и гостей из других регионов. Примером таких проектов может быть «создание туристско-рекреационного кластера «Большая Сысерть». Он предполагает преобразование исторического центра, переформатирование старого городского завода в образовательный и культурный центр и формирование качественно новой инфраструктуры для жителей городского округа и туристов» [8].

2. Национальный уровень содержит проект культурного сотрудничества, разработанный в нескольких регионах или включающий не менее шести муниципалитетов туристской дестинации. Здесь тема маршрута может быть основана на исторических процессах и событиях, важных для страны в целом. Он демонстрирует и пропагандирует осязаемое или нематериальное культурное наследие и/или исторические личности, выявляет связи с общероссийским опытом, историей и ценностями.

Цель на этом уровне заключается в создании непрерывного культурного туристического маршрута внутри страны с целью развития внутреннего и въездного туризма. Здесь можно привести пример тура ««Демидовский маршрут», получивший статус национального — это путешествие по истории горнозаводской и промышленной славы городов среднего Урала» [9].

3. Международный уровень содержит проект культурного сотрудничества, который разрабатывается на территории как минимум трех государств и в сотрудничестве с организациями из некоторых других стран. На этом уровне тема маршрута должна отсылать к историческим процессам и явлениям, имеющим отношение к нескольким странам, раскрыть и поощрять осязаемое или нематериальное культурное наследие и иметь связь с межнациональным опытом, историей и ценностями. Целью также является формирование и повышение турпотока во внутреннем и въездном туризме. Одним из ярких приме-

ров такого турпродукта являются маршруты по странам Великого Шелкового Пути [10].

Если рассматривать европейский опыт по развитию культурных маршрутов, то маршрут, реализуемый территории нескольких стран ЕС, должен быть сертифицирован EICR в соответствии с установленными процедурами (подключен к сертифицированному Европейскому Каталогу культурных маршрутов). Сертификация «Культурный маршрут Совета Европы» является гарантией качества.

Сегодня есть 45 различных культурных маршрутов Совета Европы. Маршруты обеспечивают разнообразный досуг и образовательные мероприятия для всех граждан по всей Европе и за ее пределами, соблюдая правила ответственного туризма и устойчивого развития. Они покрывают диапазон различных тем, от архитектуры и ландшафта к религиозным аспектам, от гастрономии и нематериального наследия крупных деятелей европейского искусства, музыки и литературы.

По требованиям сертификационной комиссии, темы культурных маршрутов должны удовлетворять всем следующим критериям:

1. Тема должна быть репрезентативной для европейских ценностей и общей для нескольких стран Европы.

2. Тема должна быть изучена и проработана группами междисциплинарных экспертов из различных регионов Европы, и удовлетворять требованиям всех регионов - участников.

3. Тема должна быть иллюстративной для истории и наследия Европы и вносить вклад к интерпретации разнообразия современной Европы.

4. Тема должна поддаваться культурному и образовательному обмену для молодежи в рамках ЕС.

5. Тема должна позволять проявление инициатив и разработку инновационных проектов в области культурного туризма и устойчивого развития культуры.

6. Тема должна позволять создавать турпродукты в партнерстве с туристическими агентствами и операторами, быть ориентированной на различные общественные организации, включая школьные группы [11].

Данный подход целесообразно использовать в дополнение к брендированию куль-

турных российских маршрутов для присвоения им статуса национальных. В 2022 году в России вступили в действие Правила определения национальных туристских маршрутов [12], частично соответствующие европейским требованиям, где прописаны критерии и механизм присвоения туристскому маршруту статуса национального. Считаем необходимым разработать критерии сертификации межрегиональных и региональных культурных маршрутов в дополнение к национальному статусу.

Рассмотрим потенциальную целевую аудиторию потребителей турпродуктов, основанных на концепции культурных маршрутов.

В первую очередь необходимо выявить тенденции, влияющих на выбор путешествий в российском туризме:

- сокращение продолжительности отпусков, дробление отпусков на несколько периодов в течение года;
- рост количества автомобильных поездок внутри страны;
- предпочтение путешествиям «выходного дня» на короткие расстояния с интенсификацией программы посещения объектов показа.

По данным опроса АНО «Национальные приоритеты», в целом в России проводят отдых дома 57%, на даче 35%, в путешествиях по России 34%, в путешествии и за границей 14%.

Только 40% людей 18-24 лет путешествуют во время отдыха. Это может быть связано

как с фактором того, что у них низкие доходы, так и с тем, что новое поколение Z часто называют «хоумлендерами» или домоседами.

Больше всех путешествуют по России люди 25 - 55 лет: 50 - 55% путешествуют во время отдыха за границей или по России. Меньше всех путешествуют на отдыхе жители УФО (32%) и ДВФО (31%). Больше всех путешествуют в ЦФО (54%) и СЗФО (61%) [13].

Следовательно, можно выделить 3 сегмента туристов, и уже для каждого сегмента разрабатывать способы продвижения и подачи информации для повышения заинтересованности участия в культурных маршрутах.

Если же рассматривать статистику внутреннего туризма в Российской Федерации по целям поездки, то по данным рисунка, наиболее подходящими сегментами будут следующие виды туризма, участники которого наиболее заинтересованы в посещении культурных маршрутов регионального и национального уровня:

- атмосферный городской туризм - 18%
- событийный туризм - 9%;
- городской экскурсионный туризм - 8%;
- деловой туризм - 8% (в рамках деловых мероприятий возможно организовывать экскурсионные программы).

Таким образом, разработка культурных маршрутов в различных регионах является важным дополнением проводимой работы по реализации целей Национального проекта «Туризм и индустрия гостеприимства».

Таблица – Характеристики целевых сегментов культурных маршрутов с точки зрения их вовлеченности в путешествия [13]

Характеристика сегмента	Задача	Возможность привлечения
Те, кто много путешествовал за границу / задают эталон	Переориентировать на внутрироссийские путешествия	Легко при закрытых границах на длинные; сложно при открытых границах на длинные и только с улучшением качества инфраструктуры или уникальными впечатлениями. Возможно на короткие поездки.
Те, кто путешествует по России хотя бы 1 раз в год /массовая аудитория, ядро	Мотивация к увеличению путешествий, в том числе коротких	Возможно при предоставлении информации и реальных новых впечатлений
Те, кто не путешествует вообще (40% граждан) /не массовая	Мотивация на изменение образа жизни: проведение отпуска и выходных вне дома	Сложно, среднесрочная и долгосрочная перспективы

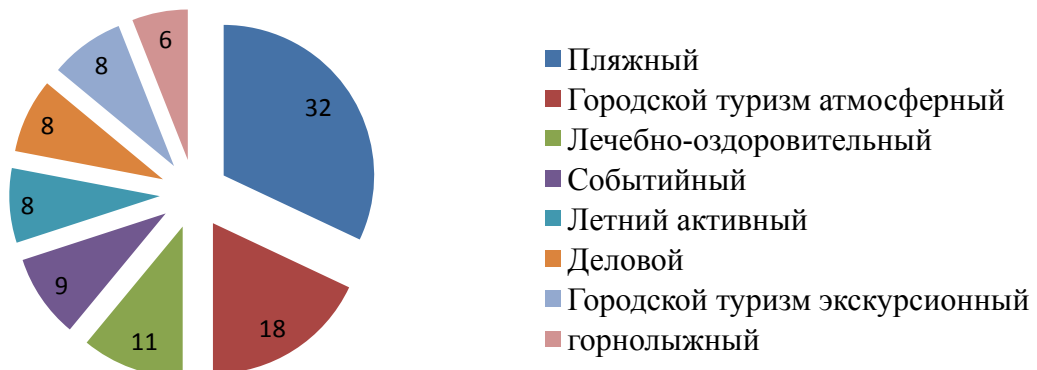


Рисунок – Распределение внутреннего туризма по целям поездок в России в 2021 г. [14]

«Для этого должна быть проведена на местах работа по созданию, дооснащению, продвижению сети национальных сертифицированных туристических маршрутов» [14].

«Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» предполагает увеличение количества путешествий по России к 2030 году до 140 млн в год, а также обеспечение экономического роста в стране за счет мультипликативности туристической отрасли». [15].

В заключении необходимо отметить, что внедрение уже существующего опыта разработки, продвижения и развития культурных маршрутов, с законодательным закреплением данной дефиниции, позволит разработать методический инструментарий и требования к созданию турпродуктов, существенно дополнить имеющийся перечень турпродуктов в регионах, усилить межрегиональные связи, повысить качество проработки представления объектов показа с применением современных креативных технологий (сторителлинга). Также это будет способствовать повышению имиджа туристских дестинаций посредством продвижения индивидуальных специфических культурно-исторических ресурсов территорий для формирования устойчивого привлекательного туристского бренда. При грамотном менеджменте и системной работе со стейкхолдерами проектов развития культурных маршрутов, будут достигнуты и показатели устойчивого развития дестинации.

Список литературы

1. Королева, О. В. Европейские «Культурные маршруты» в продвижении туристских территорий России / О. В. Королева // Тенденции и проблемы развития индустрии туризма и гостеприимства. – 2020. – С. 9-12.

2. Александрова, А. Ю. Великий шелковый путь: геополитические, географические и экономические аспекты проектирования трансграничного туристского маршрута / А. Ю. Александрова // Наука. Инновации. Технологии. – 2015. – №2. – С. 68-77.

3. Матвеевская, А. С. Туризм как политический межгосударственный диалог / А. С. Матвеевская // Наука Красноярья. – 2017. – Т. 6. – №4. – С. 58-68.

4. Королева, О. В. Российские регионы на карте «Культурных маршрутов» Европы: партнерство и перспективы в сфере туризма / О. В. Королева // Стратегии и современные тренды регионального туризма и гостеприимства. – 2019. – С. 344-354.

5. Дихтяр, С. В. Культурные пути и их названия в туризме / С. В. Дихтяр // Ученые записки. – 2018. – Т.25. – С.85-88.

6. Афанасьева, А. В. Культурные туристские маршруты как механизм геополитической интеграции / А. В. Афанасьева [и др.] // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2022. – Т.16. – №1. С. – 113-136

7. Guidelines for planners of cultural routes [Электронный ресурс], 2021. – Режим доступа: https://lnm.lt/wp-content/uploads/2021/05/Cultural_routes.pdf – Дата доступа: 25.04.2023

8. В туристическом кластере «Большая Сысерть» планируется создать около двух тысяч рабочих мест [Электронный ресурс] /сайт Прав-ва Свердлов. обл. – Екатеринбург, 2022. – Режим доступа : <https://mir.midural.ru/news/v-turisticheskom-klasterе-bolshaya-sysert-planiyuetsya-sozdat-okolo-dvuh-tysyach-rabochih-mest> – Дата доступа : 25.01.2023

9. Центр развития туризма в Свердловской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://gotoural.com/articles/natsionalnye-marshruty-so/demidovskiy-marshrut/> – Дата доступа : 24.04.2023
 10. Тур по Шелковому Пути 1: Киргизия-Китай-Казахстан [Электронный ресурс] – Режим доступа: https://www.advantour.com/rus/silkroad/tour_s.htm. – Дата доступа: 24.04.2023
 11. Портал Совета Европы: [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes>. – Дата доступа: 22.01.2021
 12. Постановление Правительства РФ от 29 ноября 2021 г. № 2086 "Об утверждении Правил определения национальных туристских маршрутов" [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403055595/>. – Дата доступа: 20.03.2023.
 13. Летние планы – 2020: дом, дача и внутренний туризм. ВЦИОМ [Электронный ресурс] – Режим доступа: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10297>. – Дата доступа: 11.08.2022.
 14. Огурцова, Ю. Н. Факторы, влияющие на выбор путешествия в российском туризме / Ю. Н. Огурцова // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – 2022. – Т. 8, № 3. – С. 30-41.
 15. «Национальные приоритеты» и Ростуризм показали, как ярко и насыщенно провести выходные. [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://xn--80aapamcavocci9ab4d0fkj.xn--p1ai/news/natsionalnye-priority-i-rosturizm-pokazali-kak-yarko-i-nasyshchenno-provesti-vykhodnye/> – Дата доступа: 20.03.2023.
- References**
1. Queen O.V. Evropejskie «Kul'turny'e marshruty» v prodvizhenii turistskikh territorij Rossii [European "Cultural routes" in the promotion of tourist territories of Russia]. *Tendenczii i problemy` razvitiya industrii turizma i gostepriimstva* [Trends and problems of the development of the tourism and hospitality industry]. 2020, pp. 9-12. (In Russian)
 2. Alexandrova A.Yu. Velikij shelkovy`j put`: geopoliticheskie, geograficheskie i e`konomicheskie aspekty` proektirovaniya transgranichnogo turistskogo marshruta [Silk Road: geopolitical, geographical and economic aspects of designing a cross-border tourist route]. *Nauka. Innovaczii. Tekhnologii* [Science. Innovation. Technologies]. 2015, no.2, pp. 68-77. (In Russian)
 3. Matveevskaya A.S. Turizm kak politicheskij mezghosudarstvenny`j dialog [Tourism as a political interstate dialogue]. *Nauka Krasnoyarsk`ya* [Science of Krasnoyarsk], 2017, T.6, no.4, pp. 58-68. (In Russian)
 4. Queen O.V. Rossijskie regiony` na karte «Kul'turny`kh marshrutov» Evrop`y: partnerstvo i perspektivy` v sfere turizma [Russian regions on the map of "Cultural routes" of Europe: partnership and prospects in the field of tourism]. *Strategii i sovremenny`e trendy` regional`nogo turizma i gostepriimstva* [Strategies and modern trends of regional tourism and hospitality]. 2019, pp. 344-354. (In Russian)
 5. Dikhtyar S.V. Kul'turny`e puti i ikh nazvaniya v turizme [Cultural paths and their names in tourism]. *Ucheny`e zapiski* [Scientific notes]. 2018, vol. 25, pp. 85-88(In Russian)
 6. Afanasyeva A.V., Ibragimov E.E., Chimiris S.V., Spatar-Kozachenko T.I. Kul'turny`e turistskie marshruty` kak mekhanizm geopoliticheskoy integraczii [Cultural tourist routes as a mechanism of geopolitical integration]. *Sovremenny`e problemy` servisa i turizma* [Modern problems of service and tourism]. 2022, T.16, no.1, pp. 113-136
 7. Guidelines for planners of cultural routes 2021. Available at: https://nm.lt/wp-content/uploads/2021/05/Cultural_routes.pdf date of access: 25.04.2023
 8. In the tourist cluster "Bolshaya Sysert" it is planned to create about two thousand jobs (In Russian). site of Pravda Sverdl.ob. Ecaterinburg, 2022. Available at: <https://mir.midural.ru/news/v-turisticheskom-klastere-bolshaya-sysert-planiyuetsya-sozdat-okolo-dvuh-tysyach-rabochih-mest> - Access date: 25.01.2023
 9. Website of the Center for Tourism Development in the Sverdlovsk Region (In Russian) Available at: <http://gotoural.com/articles/natsionalnye-marshruty-so/demidovskiy-marshrut/> Access Date: 24.04.2023

10. Silk Road Tour 1: Kyrgyzstan-China-Kazakhstan (In Russian) Available at: <https://www.advantour.com/rus/silkroad/tours.htm>. Date accessed: 24.04.2023
11. Council of Europe Portal. (In Russian). Access Mode: <https://www.coe.int/en/web/cultural-routes>. Access Date - 22.01.2021
12. Decree of the Government of the Russian Federation of November 29, 2021 No. 2086 "On Approval of the Rules for Determining National Tourist Routes" (In Russian). Available at: <https://www.garant.ru/products/ipo/prime/doc/403055595/>. Date accessed: 20.03.2023.
13. Summer plans - 2020: home, summer cottage and domestic tourism. ВЦИОМ Available at: <https://wciom.ru/index.php?id=236&uid=10297>. Date accessed: 11.08.2022.
14. Ogurtsova Yu. N. Faktory, vliyayushhie na vy`bor puteshestviya v rossijskom turizme [Factors affecting the choice of travel in Russian tourism]. *Nauchny`j rezul`tat. Tekhnologii biznesa i servisa* [Scientific result. Business and service technologies]. 2022, vol. 8, no. 3, pp. 30-41. (In Russian)
15. "National Priorities" and Rostourism showed how to have a bright and intense weekend. (In Russian). Available at: <https://xn--80aapamcavoccigmpc9ab4d0fkj.xn--p1ai/news/natsionalnye-priority-i-rosturizm-pokazali-kak-yarko-i-nasyshchenno-provesti-vykhodnye/>- Access date: 20.03.2023

Received 1 March 2023