

Оригинальная статья / Original article

<https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-1-256-264>

Управление развитием индустрии путешествий и гостеприимства в Российской Федерации

Е. И. Вострова¹ ✉

¹ Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова
Ленинские горы 1, г. Москва 119991, Российская Федерация

✉ e-mail: ev.vostrova@mail.ru

Резюме

Актуальность. В нашей стране представлено уникальное разнообразие социокультурных традиций в различных регионах, этносах и туристические маршруты в нескольких климатических поясах. Внезапная пандемия COVID-19 наложила отпечаток на функционирование российской туристической отрасли в этот период. Управление развитием внутреннего туризма России с созданием новых маршрутов по уникальным природным и этнокультурным местам представляется особенно важным в условиях пандемии COVID-19.

Цель исследования состоит в определении инструментов управления развитием отрасли российского туризма.

Задачи. Для достижения поставленной цели автором изучены государственные программы развития туристической отрасли, современные социологические научные подходы к изучению регионального имиджа, ключевые показатели развития сферы туризма, проведены пять фокус-групп с молодежной аудиторией.

Методология. В ходе работы над исследованием автором использовались метод системного и структурно-функционального подходов к рассмотрению регионального имиджа, ключевых показателей развития туризма и метод фокус-группы.

Результаты. В ходе обсуждений в пяти фокус-группах автором предложены перечень инструментов для развития индустрии путешествий и гостеприимства и новые маршруты для путешествий россиян.

Выводы. Российская Федерация обладает огромными возможностями для многогранного раскрытия и развития индустрии туризма. Пандемия COVID-19, которая привела к закрытию границ других государств, стала ещё одним фактором, обуславливающим возможность открывать россиянам новые места внутри страны. Для комплексного развития российской туристической отрасли необходимы глобальные и локальные решения и инструменты, которые подкрепят развитие индустрии.

Ключевые слова: туристические маршруты; российский туризм; туристический потенциал; стратегия развития.

Конфликт интересов: В представленной публикации отсутствует заимствованный материал без ссылок на автора и (или) источник заимствования, нет результатов научных работ, выполненных авторами публикации лично и (или) в соавторстве, без соответствующих ссылок. Авторы декларируют отсутствие конфликта интересов, связанных с публикацией данной статьи.

Для цитирования: Вострова Е. И. Управление развитием индустрии путешествий и гостеприимства в Российской Федерации // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент. 2022. Т. 12, № 1. С. 256–264. <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-1-256-264>.

Поступила в редакцию 11.12.2021

Принята к публикации 12.01.2022

Опубликована 28.02.2022

Management of the Development of the Travel and Hospitality Industry in the Russian Federation

Evgeniia I. Vostrova¹ ✉

¹ Lomonosov Moscow State University
1 Leninskie Gory, Moscow 119991, Russian Federation

✉ e-mail: ev.vostrova@mail.ru

Abstract

Relevance. Our country presents a unique variety of socio-cultural traditions in different regions, ethnic groups and tourist routes in several climatic zones. The sudden COVID-19 pandemic left its mark on the functioning of the Russian tourism industry during this period. Managing the development of domestic tourism in Russia with the creation of new routes through unique natural and ethnocultural places is especially important in the context of the Covid-19 pandemic.

The purpose of the study is to identify tools for managing the development of the Russian tourism industry.

Objectives. To achieve this goal, the author studied state programs for the development of the tourism industry, modern sociological scientific approaches to the study of the regional image, key indicators of the development of the tourism sector, conducted five focus groups with a youth audience.

Methodology. In the course of work on the study, the author used the method of systemic and structural-functional approaches to the consideration of the regional image, key indicators of tourism development, as well as the focus group method.

Results. During discussions in five focus groups, the author proposed a list of tools for the development of the travel and hospitality industry and new routes for Russians to travel.

Conclusions. The Russian Federation has tremendous opportunities for the multifaceted disclosure and development of the tourism industry. The COVID-19 pandemic, which led to the closure of the borders of other states, has become another factor making it possible for Russians to open up new places within the country. For the integrated development of the Russian tourism industry, global and local solutions and tools are needed to support the development of the industry.

Keywords: tourist routes; russian tourism; tourist potential; development strategy.

Conflict of interest: In the presented publication there is no borrowed material without references to the author and (or) source of borrowing, there are no results of scientific works performed by the authors of the publication, personally and (or) in co-authorship, without relevant links. The authors declares no conflict of interest related to the publication of this article.

For citation: Vostrova E. I. Management of the Development of the Travel and Hospitality Industry in the Russian Federation. *Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya: Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment* = *Proceedings of the Southwest State University. Series: Economics, Sociology and Management*. 2022; 12(1): 256–264. (In Russ.) <https://doi.org/10.21869/2223-1552-2022-12-1-256-264>.

Received 11.12.2021

Accepted 12.01.2022

Published 28.02.2022

Введение

Россия имеет богатое культурное достояние и природное разнообразие. В стране располагается 31 объект всемирного наследия ЮНЕСКО на 2021 г. [1]. Это позволило занять ей заметное место во всем мире, войти в 2019 г. в состав Комитета всемирного наследия – профильного комитета ЮНЕСКО [2]. В нашей стране представлены уникальное разнообразие социокультурных традиций в различных регионах, этносах и тури-

стические маршруты в нескольких климатических поясах. Внезапная пандемия COVID-19 наложила отпечаток на функционирование российской туристической отрасли в этот период. Однако именно в это время возникают новые туристические тренды, в т. ч. переориентация значительной части населения на отдых внутри страны [3].

В 2021 г. 56 млн человек совершили поездки внутри страны: это значит, что почти на 90 % восстановились объемы

внутреннего туризма к показателям 2019 г. [4]. Развитие внутреннего туризма России с созданием новых маршрутов по уникальным природным и этнокультурным местам представляется особенно важным в условиях пандемии COVID-19.

Автором статьи поставлена цель – определить инструменты управления развитием отрасли российского туризма. Для достижения цели исследования автором рассмотрены государственные программы развития туризма, проведен анализ научных подходов к изучению туристического имиджа регионов отечественных авторов, проведено пять фокус-групп с молодым поколением в возрасте 18-35 лет, которые являются студентами и выпускниками МГУ имени М. В. Ломоносова, МГТУ имени М. В. Баумана, в ходе которых предложены инструменты для развития индустрии и новые туристические маршруты.

Материалы и методы

Сегодня в России реализуется ряд программ, направленных на развитие индустрии путешествий и гостеприимства страны. В 2021 г. запущен в действие национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства» [5], с 2022 г. вступила в действие государственная программа «Развитие туризма» до 2030 г. [6], согласно которым силы направлены на развитие инфраструктуры, повышение доступности и совершенствование управления индустрии. Также реализуется Стратегия развития туризма в России до 2035 г., в числе целевых показателей запланировано увеличить более чем в 2 раза количество внутренних туристских поездок на одного жителя страны к указанному периоду [7]. Программы государственного уровня обеспечат условия высококачественного полноценного отдыха российских граждан и иностранных туристов в регионах.

Ввиду актуальности поднимаемой проблемы в свет выходят работы отечественных авторов, в которых поднимают-

ся вопросы анализа ключевых показателей, проблем и перспектив развития туристической отрасли страны [8; 9; 10; 11; 12; 13]. Вместе с тем большая часть работ носит общий теоретический характер, ввиду условий периода пандемии необходимо проводить социологические исследования с привлечением живой аудитории и экспертов с целью формирования рекомендаций для поднятия регионального туристического имиджа и предложений с привлечением государственных инвестиций. Вместе с тем необходимы комплексные меры для улучшения показателей туристической отрасли, например реализация социально-коммуникативной технологии для создания нового туристического информационного контента, разработанная ранее автором статьи [14].

Стоит подчеркнуть, что имидж региона является важным репутационным каналом страны [15]. Позитивное восприятие туристических направлений базируется прежде всего на восприятии населения к определенной территории или объекту. Современные исследования показывают, что структура имиджа региона характеризуется социальными, этическими, психологическими и эстетическими элементами [16]. Вместе с тем важную роль в формировании имиджа территории играют этнотуристические объекты [17].

Туристический имидж региона можно определить как благополучно внедренный и узнаваемый в позитивном смысле образ определенной территории, фундамент которого также подкрепляют специфические возможности удовлетворения пожеланий определённых туристических социальных групп [18]. Вместе с тем более полное содержательное понятие включает в себя своего рода эмоциональное положительное восприятие обществом культурного, социального, этнического и других потенциалов региона; гарантию оказания качественного уровня туруслуг; окрепший уровень туристической привлекательности региона среди

социума и ориентиры его нарастания, складывающиеся четким сочетанием позитивных приемов и ассоциаций, символических конструкций [18].

Для проведения исследования автором выбран метод-фокус группы с целью глубокого погружения целевой аудитории в проблему и генерирования свежих идей относительно развития туристической отрасли страны и формирования новых направлений для путешествий. В качестве целевой аудитории выбрано молодое поколение. Современная молодежь стремится к новым открытиям, и необходимо учитывать ее мнение в развитии индустрии страны. В 2019 г. опрос Booking.com показал, что 60% российской молодежи готовы не экономить на туристических поездках и согласны урезать иные расходы, чтобы потратить больше средств на путешествие [19]. Сегодня существует необходимость организации туризма для молодых людей с учетом их потребностей [20]. Заинтересовать молодежную аудиторию путешествовать по стране представляется важным для формирования культуры отечественного отдыха у молодых россиян.

Автором исследования в период с сентября по декабрь 2021 г. проведены пять фокус-групп с молодым поколением в возрасте 18-35 лет. Все участники фокус-групп являются студентами и выпускниками МГУ имени М. В. Ломоносова, МГТУ имени М. В. Баумана; обладают стабильными финансовыми возможностями для путешествий внутри страны не менее одного раза в год, проживают постоянно в Москве всю жизнь или не менее 7 лет. В каждой фокус-группе участвовало 8-9 человек.

Результаты и их обсуждение

Дискуссия в фокус-группах началась с приветственного слова модератора о важности развития туристической отрасли страны и знакомства участников друг с другом. Далее модератор начал обсуж-

дение проблемы по заранее составленному плану с вопросами, каждому участнику предоставлялась возможность поделиться своим мнением и прокомментировать мнение других.

Для создания вдохновляющей обстановки обсуждения проблемы модератором был задан вопрос о том, какие российские места впечатлили участников больше всего за время путешествий и какие они планируют посетить в будущем. В числе наиболее чаще называемых мест, которые впечатлили молодых людей, выделены Москва (отметили респонденты, которые приехали на обучение из других городов), Санкт-Петербург, Краснодарский край, Крым, Казань, Нижний Новгород, Кавказские Минеральные Воды, Дальний Восток и Камчатский край. Также несколько молодых людей отметили Романцевские горы в Тульской области и Переславль-Залесский в Ярославской области – места, которые на сегодняшний день популярны для поездок выходного дня из Москвы.

В числе туристических мест, которые молодые люди планируют посетить в будущем, стали Алтай, Байкал, Крым, Владивосток, Кавказ, Курильские острова, Ленские столбы в Якутии, а также несколько человек желают посетить Северный полюс. При этом часть респондентов поделились позитивными впечатлениями от пребывания в Карелии, Калининградской области и Крыму и планируют повторить путешествия в эти места в будущем.

Далее молодые люди поделились мнением о том, на что они обращают внимание в первую очередь при планировании туристической поездки. К единогласному мнению пришли большинство, что основополагающими факторами для путешествий являются стоимость путешествия и отзывы друзей и знакомых. Также в числе определяющих факторов были названы популярность места, интересный маршрут, развитая инфраструктура, эстетичность архитектуры и природной местности.

Далее обсуждение перешло к вопросу о том, каким образом повлияла пандемия COVID-19 на путешествия молодых людей и российский туризм в целом. Мнение кардинально разделилось: молодые люди отметили как позитивное влияние пандемии, так нейтральное и негативное, однако значительная часть молодых людей склонилась к тому, что для развития внутреннего туризма сложилась благоприятная атмосфера ввиду введения ограничительных мер на въезд в другие страны. Один из респондентов отметил: *«Пандемия улучшила российский туризм, люди начали больше путешествовать по стране. Ввиду перехода на удаленный режим работы мне и другим россиянам удалось совместить путешествия по отечественным местам с рабочим процессом»*.

В ходе обсуждений данного вопроса можно сделать вывод, что, с одной стороны, в условиях закрытых границ люди были вынуждены планировать отдых на территории страны, что стало причиной того, что многие начали открывать для себя туристические маршруты нашей страны. Увеличение спроса на пляжный отдых у Черного моря породило уменьшенное предложение и огромный рост цен, что могло в свою очередь спровоцировать рост интереса к другим видам отдыха в России, например к городскому отдыху: путешествия к местам культурного наследия и различным достопримечательностям (памятникам, музеям и историческим домам, театрам), или к более активному туризму, подразумевающему путешествия к живописным местам нашей страны (горный туризм, сплавы по рекам, посещение национальных парков и заповедников). С другой стороны, некоторые люди могли пренебречь в целом поездками в период эпидемии, например, из-за довольно высокой цены на активные виды туризма по России или же из-за довольно нестабильных и непредсказуе-

мо изменяющихся эпидемиологических условий в различных регионах страны.

Далее было интересно выяснить: продолжают ли молодые люди путешествия по России в случае открытия границ и отсутствия необходимости справки о вакцинации, отсутствие которой затрудняет передвижение. Оказалось, что большинству участников фокус-групп будет интересно продолжить путешествия по российским местам независимо от данных обстоятельств. Участники отмечали, что путешествие по России освобождает от оформления визы, имеет свободный языковой барьер и «наполняет особенным русским духом».

Однако в каждой фокус-группе находилось несколько молодых людей, которые подчеркнули, что после открытия границ и снятия ограничений они будут в большей мере отправляться в поездки в заграничные страны.

Одна из участниц отметила, что помимо вакцинации и закрытых границ для нее имеет значение обязательность ПЦР-теста по месту прибытия в заграничную страну, так как это дополнительный стресс и финансовые расходы, а также большая трата времени в очереди в аэропорту, когда сразу нужно проверить целый рейс. Если ПЦР-тесты при въезде в другие страны не отменяют, она предпочтет отечественные курорты зарубежным. Девушка подчеркнула: *«У нас великая и огромная страна, есть что посмотреть в каждом регионе и познакомиться с местными особенностями, которые не хуже, а даже лучше, чем в других странах»*.

Далее респондентам был задан вопрос о том, считают ли они важным создание новых маршрутов России по аналогии с «Золотым кольцом». В ходе обсуждения молодые люди единогласно отметили, что создание и популяризация новых туристических маршрутов необходима для развития российского туризма.

В ходе дискуссий автором проанализированы предложения молодых людей и сформированы четыре названия для новых туристических маршрутов.

1. «Самоцветы России» – маршрут по уникальным природным труднодоступным зонам: Плато Бермамыт (Карачаево-Черкессия), Ленские столбы (Якутия), озеро Эльтон (Волгоградская область), озеро Байкал (Бурятия), Алтай и другие заповедные места страны.

2. «Культурное созвездие России» – маршрут по аналогии с Золотым кольцом, куда будут включены города со своими местными традициями, которые будут интересны для посещения и не включены в известное всем направление.

3. «От моря до моря» – маршрут с посещением нескольких морей за один тур (Россия омывается водами тринадцати морей).

4. «Голубые огни России» – маршрут по северным городам России с посещением местности, где можно увидеть северное сияние.

Затем обсуждение перешло к вопросу о том, какие меры активно необходимо предпринимать, чтобы россияне захотели больше путешествовать по России. В результате дискуссии автором сформулированы следующие инструменты для развития индустрии путешествий и гостеприимства, в числе которых необходимо отметить также частично и постепенно реализующиеся:

1. Модернизация транспортного сообщения, в т. ч. снижение и контроль доступных цен для россиян. «Редкий гражданин захочет отправиться во Владивосток на поезде, а увидев цены на перелёт, и вовсе передумает», — отметила одна из респонденток.

2. Развитие инфраструктуры и сервиса туристических центров с созданием единого стандарта в уровне качества обслуживания.

3. Введение на постоянной основе комплекса льгот на поездки по новым туристическим маршрутам и туры выход-

ного дня внутри страны, социальных бонусов и кешбэка.

4. Создание государственной программы, нацеленной на выделение бесплатных путевок в туристические места нашей страны (Байкал, Камчатка, Кольский полуостров, города Золотого Кольца и др.) для студентов высших образовательных учреждений за хорошую успеваемость и иные достижения, для работников государственных учреждений, для многодетных семей и пенсионеров.

5. Государственная поддержка туристических операторов, которые ориентируются на отечественные направления.

6. Разработка и внедрение внутреннего российского туристического приложения-агрегатора среди россиян, которое, возможно, станет официальной социальной сетью, а также создание новых удобных сайтов с программным софтом на подобии международной платформы Airbnb.

7. Создание туристических маршрутов с групповыми тематическими экскурсиями в природные и этнокультурные места (например, маршрут «От моря до моря», «Самоцветы России» и др.).

8. Развитие виртуального туризма (онлайн-экскурсии и онлайн-путешествия).

9. Создание и популяризация культуры отечественного отдыха среди россиян.

Выводы

Российская Федерация обладает огромными возможностями для многогранного раскрытия и развития индустрии туризма. Пандемия COVID-19, которая привела к закрытию границ государств, стала ещё одним фактором, обуславливающим возможность открывать россиянам новые места внутри страны.

Для комплексного развития российской туристической отрасли необходимы комплексные решения и инструменты, которые подкрепят развитие индустрии.

Результаты обсуждения и инструменты, определенные в ходе фокус-групп для популяризации отечественных туристических мест и разработки новых маршрутов для путешествий, подтверждают

важность позитивных изменений в развитии отрасли, могут быть полезны при формировании новых государственных программ и стратегий.

Список литературы

1. Российские объекты из списка Всемирного наследия ЮНЕСКО. URL: <http://unesco.ru/unes-corussia/sites/> (дата обращения: 05.10.2021).
2. Россия избрана в Комитет всемирного наследия ЮНЕСКО. URL: https://russianunesco.mid.ru/ru/ofitsialnaya_informatsiya/soobshcheniya_dlya_pechati_aktualnaya_informatsiya/rossiya_izbrana_v_komitet_vsemirnogo_naslediya_yunesko/ (дата обращения: 05.10.2021).
3. Вострова Е. И. Российский туризм в эпоху пандемии COVID-19: новые тренды // Дискурс. 2021. № 7(6). С. 74–82.
4. Интервью с главой Ростуризма. URL: <https://www.rbc.ru/interview/business/27/12/2021/61bdb2689a7947d2655d2864> (дата обращения: 05.10.2021).
5. Национальный проект «Туризм и индустрия гостеприимства». URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/plan-deyatelnosti/natsionalnyy-proekt-turizm-i-industriya-gostepriimstva> (дата обращения: 05.10.2021).
6. Михаил Мишустин утвердил госпрограмму «Развитие туризма». URL: <http://government.ru/docs/44285/> (дата обращения: 05.10.2021).
7. Стратегия развития туризма в Российской Федерации на период до 2035 года. URL: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoy-federatsii-v-period-do-2035-goda> (дата обращения: 05.10.2021).
8. Амосов А. С., Ашинова М. К. Меры поддержки российского туризма в условиях пандемии коронавируса COVID-19 // Новые технологии. 2021. № 17(5). С. 65–72.
9. Медведева В. В., Слинкова О. К. Анализ ключевых факторов и приоритетных направлений развития туризма в Российской Федерации // E-Scio. 2019. № 4 (31). С. 12.
10. Кутын И. В., Мушаков А. А., Романенков А. И. Проблемы и перспективы развития внутреннего туризма на территории Российской Федерации // Современные проблемы туризма и сервиса: сборник статей научных докладов по итогам Всероссийской научной конференции. М.: РУ-САЙНС, 2018. С. 116–122.
11. Соцков В. В. Государственная поддержка развития внутреннего туризма на современном этапе // Ученые записки международного банковского института. 2021. № 1 (35). С. 129–139.
12. К вопросу о развитии туризма в Российской Федерации / Н. В. Лутовинова, А. А. Смагин, В. В. Чижикова, В. А. Ильин, Д. Р. Бекбулатов // Инновации и инвестиции. 2021. № 9. С. 174–176.
13. Клопот Е. А., Мануйленко Э. В. Динамика развития туризма в Российской Федерации // Стратегии развития индустрии гостеприимства и туризма: материалы V Международной студенческой интернет-конференции / под общей редакцией Е. Н. Артемовой, Н. В. Глебовой; Орловский государственный университет имени И. С. Тургенева. Орел, 2017. С. 329–332.
14. Вострова Е. И. Социально-коммуникативная технология повышения туристической привлекательности регионов России (на примере туристических передач и рекламы на телевидении) // Государственное управление. Электронный вестник. 2021. № 87. С. 72–82.
15. Варламова И. В. Имидж региона как репутационный капитал // Вестник Чувашского университета. 2014. № 1. С. 167–172.
16. Лосева Е. С., Мишина Н. В., Гозалова М. Р. Формирование туристического имиджа региона // Современное исследование социальных проблем. 2015. № 3(47). С. 312–316.
17. Салахов Р. Ф. Салахова Р. И., Каазик Е. Ю. Объекты этнотуризма как средство формирования имиджа районов Республики Татарстан // Исторические, философские, политические и юридические науки, культурология и искусствоведение. 2016. № 7 (69), ч. 1. С. 147–150.

18. Суслова И. А. Сущность и проблемы формирования туристического имиджа региона // Сервис в России и за рубежом. 2013. № 6 (44). С. 58–63.
19. Booking.com сообщил о нежелании молодежи России экономить на путешествиях. URL: <https://www.rbc.ru/society/29/09/2019/5d8e116f9a7947816dbe0a29> (дата обращения: 05.10.2021).
20. Хамина Н. В. Молодежный туризм: анализ результатов исследования // Геополитика и экогеодинамика регионов. 2021. № 7 (1). С. 193–200.

References

1. Rossijskie ob"ekty iz spiska Vsemirnogo naslediya YUNESKO [Russian sites from the UNESCO World Heritage List]. Available at: <http://unesco.ru/unescorussia/sites/>. (accessed 05.10.2021)
2. Rossiya izbrana v Komitet vseirnogo naslediya YUNESKO [Russia has been elected to the UNESCO World Heritage Committee]. Available at: https://russianunesco.mid.ru/ru/ofitsialnaya_informatsiya/soobshcheniya_dlya_pechati_aktualnaya_informatsiya/rossiya_izbrana_v_komitet_vseirnogo_naslediya_yunesko/. (accessed 05.10.2021)
3. Vostrova E. A. Rossijskij turizm v epohu pandemii COVID-19: novye trendy [Russian Tourism in the Era of the COVID-19 Pandemic: New Trends]. *Diskurs = Discourse*, 2021, no. 7(6), pp. 74–82.
4. Interv'yu s glavoj Rosturizma [Interview with the head of Rostourism]. Available at: <https://www.rbc.ru/interview/business/27/12/2021/61bdb2689a7947d2655d2864>. (accessed 05.10.2021)
5. Nacional'nyj proekt "Turizm i industriya gostepriimstva" [The national project "Tourism and hospitality industry"]. Available at: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/plan-deyatelnosti/natsionalnyy-proekt-turizm-i-industriya-gostepriimstva>. (accessed 05.10.2021)
6. Mihail Mishustin utverdil gosprogrammu "Razvitie turizma" [Mikhail Mishustin approved the state program "Tourism Development"]. Available at: <http://government.ru/docs/44285/>. (accessed 05.01.2021)
7. Strategiya razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii na period do 2035 goda [Development Strategy in the Russian Federation for the period up to 2035]. Available at: <https://tourism.gov.ru/contents/documenty/strategii/strategiya-razvitiya-turizma-v-rossiyskoj-federatsii-na-period-do-2035-goda>. (accessed 05.10.2021)
8. Amosov A. S., Ashinova M. K. Mery podderzhki rossijskogo turizma v usloviyah pandemii koronavirusa COVID-19 [Measures to support Russian tourism in the context of the COVID-19 coronavirus pandemic]. *Novye tekhnologii = New Technologies*, 2021, no. 17(5), pp. 65–72.
9. Medvedeva V. V., Slinkova O. K. Analiz klyuchevykh faktorov i prioritnykh napravlenij razvitiya turizma v Rossijskoj Federacii [Analysis of key factors and priority directions of tourism development in the Russian Federation]. *E-Scio*, 2019, no. 4 (31), p. 12.
10. Kut'in I. V., Mushakov A. A., Romanenkov A. I. [Problems and prospects for the development of domestic tourism on the territory of the Russian Federation]. *Covremennye problemy turizma i servisa. Sbornik statei nauchnykh dokladov po itogam Vserossiiskoi nauchnoi konferentsii* [Modern problems of tourism and service. Collection of articles of Scientific reports on the results of the All-Russian scientific conference]. Moscow, RUSCENCE Publ., 2018, pp. 116–122. (In Russ.)
11. Sockov V. V. Gosudarstvennaya podderzhka razvitiya vnutrennego turizma na sovremennom etape [State support for the development of domestic tourism in the Russian Federation at the present stage]. *Uchenye zapiski mezhdunarodnogo bankovskogo instituta = Scholarly Notes of the International Banking Institute*, 2021, no. 1 (35), pp. 129–139.
12. Lutovinova N. V., Smagin A. A., Chizhikova V. V., Il'in V. A., Bekbulatov D. R. K voprosu o razvitii turizma v Rossijskoj Federacii [On the development of tourism in the Russian Federation]. *Innovacii i investicii = Innovation and Investment*, 2021, no. 9, pp. 174–176.
13. Klopov E. A., Manujlenko E. V. [Dynamics of tourism development in the Russian Federation]. *Strategii razvitiya industrii gostepriimstva i turizma. Materialy V Mezhdunarodnoi studencheskoj internet-konferentsii* [Strategies for the development of the hospitality and tourism industry. Materials of the V International Student Internet Conference]; ed. by E. N. Artemova, N. V. Glebova. Orel, I. S. Turgenev Oryol State University Publ., 2017, pp. 329–332.

14. Vostrova E. I. Social'no-kommunikativnaya tekhnologiya povysheniya turisticheskoy privlekatel'nosti regionov Rossii (na primere turisticheskikh peredach i reklamy na televidenii) [Socio-Communicative Technologies Increasing Tourist Attractiveness of the Russian Regions (on the Example of Tourist Programs and Advertising on Television)]. *Gosudarstvennoe upravlenie. Elektronnyy vestnik = State Administration. Electronic Bulletin*, 2021, no. 87, pp. 72–82.
15. Varlamova I. V. Imidzh regiona kak reputatsionnyy kapital [Image of a region as a reputation capital]. *Vestnik Chuvashskogo universiteta = Chuvash University Bulletin*, 2014, no. 1, pp. 167–172.
16. Loseva E. S., Mishina N. V., Gozalova M. R. Formirovanie turisticheskogo imidzha regiona [The formation of the tourist image of the region]. *Sovremennye issledovaniya socialnykh problem = Modern Studies of Social Issues*, 2015, no. 3(47), pp. 312–316.
17. Salahov R. F., Salahova R. I., Kaazik E. Y. Ob"ekty etnoturizma kak sredstvo formirovaniya imidzha rayonov respubliky Tatarstan [Ethno-tourism objects as means of forming the image of the republic of Tatarstan districts]. *Istoricheskie, filosofskie, politicheskie i yuridicheskie nauki, kul'turologiya i iskusstvovedenie = Historical, Philosophical, Political and Law Sciences, Culturology and Study of Art*, 2016, no. 7 (69), p. 1. pp. 147–150.
18. Suslova I. A. Sushchnost' i problemy formirovaniya turisticheskogo imidzha regiona [The substance and issues in forming of a region's tourist image]. *Servis v Rossii i za rubezhom = Service in Russia and Abroad*, 2013, no. 6 (44), pp. 58–63.
19. Booking.com soobshchil o nezhelanii molodezhi Rossii ekonomit' na puteshestviyah [Booking.com announced the reluctance of Russian youth to save on travel]. Available at: <https://www.rbc.ru/society/29/09/2019/5d8e116f9a7947816dbe0a29>. (accessed 05.10.2021)
20. Hamina N. V. Molodezhnyy turizm: analiz rezul'tatov issledovaniya [Youth tourism: analysis of research results]. *Geopolitika i ekogeodinamika regionov = Geopolitics and Ecogeodynamics of Regions*, 2021, no. 7 (1), pp. 193–200.

Информация об авторе / Information about the Author

Вострова Евгения Игоревна, аспирант кафедры социологии управления, Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, г. Москва, Российская Федерация,
e-mail: ev.vostrova@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-6709-6233

Evgeniia I. Vostrova, Post-Graduate Student of the Department of Sociology of Management, Lomonosov Moscow State University, Moscow, Russian Federation,
e-mail: ev.vostrova@mail.ru,
ORCID: 0000-0002-6709-6233