




Региональная специфика развития туристского потенциала: социологический анализ



О. В. Рогач



Е. В. Фролова 

*Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации
(г. Москва, Российская Федерация)
 efrolova06@mail.ru*

Аннотация

Введение. Развитие туристского потенциала российских территорий относится к числу приоритетных государственных задач в современных условиях. Цель статьи – на основе проведенного исследования проанализировать региональную специфику развития туристского потенциала в Российской Федерации, его ключевые элементы в оценках руководителей муниципалитетов.

Материалы и методы. Ключевым методом исследования выступил анкетный опрос руководителей органов местного самоуправления Российской Федерации (n = 306). На первом этапе осуществлена рассылка анкет по электронной почте с обеспечением представительства всех федеральных округов Российской Федерации. На втором этапе проведен анализ линейных распределений, корреляционный анализ эмпирически значимых переменных с использованием программного обеспечения SPSS (группировка ответов по регионам и федеральным округам). Применение комплекса аналитических процедур позволило выделить региональную специфику развития туристского потенциала территорий.

Результаты исследования. С помощью полученных данных определены проблемы в развитии туристского потенциала российских территорий как по базовым, так и по дополнительным ресурсам. Подтвердилась гипотеза о преобладании туристских ресурсов, направленных на удовлетворение «усредненных» потребительских запросов туриста. Результаты исследования показали снижение оценок по объектам общественного питания эконом класса (средняя оценка 3,02 из 5), наличие хостелов (1,87 из 5), а также отсутствие условий для удовлетворения интересов высокодоходных туристов (по показателю «рестораны класса люкс» средняя оценка составляет 2,21 из 5). В ходе

© Рогач О. В., Фролова Е. В., 2022



Контент доступен под лицензией Creative Commons Attribution 4.0 License.
This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 License.



исследования выявлен недостаточный уровень развития дополнительных туристских ресурсов, обеспечивающих реализацию дифференцированных потребностей различных социальных групп.

Обсуждение и заключение. Сделан вывод о целесообразности поддержки предпринимательских инициатив, направленных на создание туристских продуктов и услуг как в эконом-, так и в люкс сегментах, формирование узнаваемого имиджа территорий в рамках популяризации их социальных ресурсов. Полученные результаты могут быть использованы в деятельности органов власти при разработке стратегий развития регионального туризма.

Ключевые слова: туристский потенциал, туристские ресурсы, туристическая привлекательность территории, региональное развитие, органы власти

Конфликт интересов. Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Благодарности. Авторы выражают благодарность рецензентам, чьи комментарии и пожелания позволили улучшить качество текста.


Для цитирования: Рогач О. В., Фролова Е. В. Региональная специфика развития туристского потенциала: социологический анализ // Регионоведение. 2022. Т. 30, № 2. С. 383–404. doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.119.030.202202.383-404>

Original article

Regional Specificity of Tourism Potential Development: Sociological Analysis

O. V. Rogach, E. V. Frolova 

*Financial University under the Government of the Russian Federation
(Moscow, Russian Federation)*

 efrolova06@mail.ru

Abstract

Introduction. The development of the tourist potential of Russian territories is one of the priority state tasks in modern conditions. The purpose of the article is to study the regional specifics of the development of tourism potential in the Russian Federation, a sociological analysis of its key elements in the assessments of municipal leaders.

Materials and Methods. The key research method was a questionnaire survey of heads of local self-government bodies of the Russian Federation (n = 306). At the first stage, questionnaires were sent out by e-mail with representation from all federal districts of the Russian Federation. At the second stage, the analysis of linear distributions and correlation analysis of empirically significant variables (grouping of answers by regions and federal districts of the Russian Federation) were carried out. The use of a set of analytical procedures has made it possible to identify the regional specifics of the development of the tourism potential of the territories. The results were processed using SPSS.

Results. The results of the study have made it possible to identify problems in the development of the tourist potential of Russian territories, both in terms of basic and additional resources. The hypothesis about the predominance of tourist resources aimed at satisfying the “average” consumer demands of the tourist is confirmed. The results of the study have shown a decrease in ratings for economy class catering facilities (average rating 3.02 out of 5), the presence of hostels (1.87 out of 5), as well as the lack of conditions to meet



the interests of high-income tourists (in terms of “luxury class restaurants” the average score is 2.21 out of 5). The study revealed an insufficient level of development of additional tourist resources that ensure the realization of the differentiated needs of various social groups.

Discussion and Conclusion. It is concluded that it is expedient to support entrepreneurial initiatives aimed at creating tourism products and services, both in the “economy” and “luxury” segments, the formation of a recognizable image of the territories as part of the promotion of their social resources. The results obtained can be used in the activities of the authorities in the development of strategies for the development of regional tourism.

Keywords: tourist potential, tourist resources, tourist attractiveness of the territory, regional development, authorities

Conflict of interests. The authors declare that there is no conflict of interest.

Acknowledgements. The authors express their gratitude to the reviewers, whose comments and suggestions have made it possible to improve the quality of the paper.

For citation: Rogach O.V., Frolova E.V. Regional Specificity of Tourist Potential Development: Sociological Analysis. *Regionology. Russian Journal of Regional Studies.* 2022;30(2):383–404. doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.119.030.202202.383-404>

Введение. В современном российском обществе вопросы развития туристского потенциала регионов находятся в фокусе внимания как органов власти, так и ученых, осуществляющих научный поиск векторов и механизмов формирования туристической привлекательности территорий Российской Федерации. Развитие туризма имеет мультипликативный эффект, который способствует социальному и экономическому развитию территорий, что подтверждается не только российскими, но и зарубежными исследованиями [1; 2].

Несмотря на внимание органов власти к туристской сфере, реализацию региональных и федеральных программ по развитию внутреннего туризма, проблемы формирования туристского потенциала в условиях региональной дифференциации стоят как никогда остро.

По данным Ростуризма, объем платных туристских услуг, оказанных населению в 2020 г., составил 91,9 млрд руб., что ниже показателей 2019 г. почти в 2 раза (179,8 млрд руб. в 2019 г.). На 65,7 млрд руб. в 2020 г. по сравнению с 2019 г. сократился объем платных услуг гостиниц и аналогичных средств размещения. Если до 2019 г. в Российской Федерации наблюдался устойчивый рост числа гостиниц и подобных средств размещения, то в 2020 г. впервые зафиксирована отрицательная динамика (сокращение на 902 единицы). Аналогично отмечается снижение количества туроператоров, зарегистрированных в Едином федеральном реестре, на 315 ед.¹.

¹ Аналитический центр при Правительстве Российской Федерации. Бюллетень о текущих тенденциях российской экономики (декабрь 2020): Динамика спроса на туристические услуги в России на фоне пандемии COVID-19 [Электронный ресурс]. URL: https://ac.gov.ru/uploads/2-Publications/BRE/BRE_68.pdf (дата обращения: 30.12.2021).



Несмотря на достаточно большое количество материалов по вопросам формирования туристского потенциала регионов, основной вектор исследования направлен на идентификацию туристских ресурсов, механизмов повышения конкурентоспособности туристских направлений и продуктов. Вместе с тем региональная специфика развития туристского потенциала с позиции социологического подхода недостаточно раскрыта. В том числе мало представлены эмпирические данные, полученные в ходе анализа региональных/муниципальных практик управления процессами формирования и развития туристского потенциала территорий. Также в современной научной литературе чувствуется недостаток материалов компаративного анализа детализированных показателей туристского потенциала в региональном разрезе, их оценки с позиции властных структур.

Цель статьи – по материалам проведенного социологического исследования проанализировать региональную специфику развития туристского потенциала. Использование социологического инструментария позволит выявить приоритетные проблемы формирования туристского потенциала с позиции органов власти как ключевых субъектов управления территориального развития. Задачами исследования выступили: оценка ресурсов развития туристической привлекательности российских регионов, оценка уровня развития туристского потенциала, сравнительный анализ оценок в региональном разрезе.

Обзор литературы. Современные руководители территорий высказывают высокий уровень заинтересованности в развитии туризма, который становится дополнительным источником налоговых поступлений, что особенно важно в условиях дефицита региональных бюджетов [3; 4]. Эпидемиологический кризис и связанные с ним ограничения поставили перед регионами задачи реанимации туристской отрасли и поиска новых стратегических ориентиров [5]. Принимая во внимание сложное для туристской отрасли время, все же можно констатировать пути роста потока туристов в российские регионы [6]. В частности, исследователями отмечается возможность активизации туристского потенциала регионов [7; 8].

Туристский потенциал представляет собой совокупность расположенных на конкретной территории природных и рукотворных объектов, а также условий и средств, пригодных для формирования туристского продукта. В современной литературе, посвященной вопросам туризма, принято разграничивать понятия потенциала и туристских ресурсов. Под туристскими ресурсами принято понимать измеряемые источники удовлетворения потребностей туристов (например, объекты размещения). Туристский потенциал как более широкое понятие включает в себя совокупность всех возможностей для привлечения туристов.

В современных научных исследованиях в качестве ядра формирования туристского потенциала рассматриваются такие преимущества территории, как климатические особенности, транспортная доступность и развитая



инфраструктура [9; 10], природный ландшафт [11], благоприятная экологическая ситуация [12] или религиозный фактор [13]. Туристский потенциал региона может включать в себя культурно-историческое наследие, национальные традиции и аутентичный колорит [14; 15].

Для нашего исследования интерес представляют выводы, сделанные М. А. Морозовым и Н. С. Морозовой, которые выделяют проблему региональной неравномерности в развитии туристской инфраструктуры. По мнению авторов, снижение негативных последствий региональной дифференциации возможно за счет реализации стратегии продвижения территориальных туристских ресурсов с опорой на потребности нового поколения туристов, ориентированных на современные цифровые технологии и каналы информации [16]. Данный вывод коррелирует с зарубежными исследованиями, где фактор цифровизации становится одним из ключевых драйверов развития и продвижения туристских услуг [17; 18].

Дж.-А. Весселс и А. Дуглас считают, что развитие креативных, творческих пространств индустрии туризма, актуализация культурно-исторического наследия территории играют наиболее значимую роль в практике формирования уникального туристского предложения, способного вызвать эмоциональный отклик туриста [19]. Кроме того, в современных условиях ключевыми факторами привлечения туриста могут стать такие элементы «мягкой инфраструктуры туризма», как искренность, зрелищность, погружение и участие, подлинность, аутентичность, контакты [20], а также развитие событийного туризма [21].

Дополняет данную идею исследование Э. Х. Хайбенс и Г. Т. Йоханнесон, которые обосновывают принципы этики безопасного туризма с точки зрения местных жителей, их обязательств и интересов, а также окружающей среды. Ученые утверждают, что анализ факторов развития туристского потенциала в «парадигме экономического роста» формирует взгляд на культурное наследие и природный потенциал как на товары, которые должны принести туристскую выгоду. Такой подход ограничивает возможности развития туристских дестинаций, в то время как обращение к внутренним ресурсам, социальному капиталу, творческому потенциалу местных сообществ создает новые перспективные концепции модернизации туристской индустрии [22]. Дополняя данную точку зрения, П. Киим подчеркивает значимость вовлечения местных общин в процессы формирования территориального туристского продукта, их активного участия в вопросах контроля и оценки перспектив развития сферы туристских услуг [23].

Сделанные выводы фокусируют внимание на внутренних территориальных источниках развития туристского потенциала регионов, необходимость интеграции усилий органов власти, бизнес-структур, творческих инициативных сообществ [24; 25]. В русле данной парадигмы интеграционный механизм может быть рассмотрен как инструмент развития туристского потенциала



региона. Вместе с тем сущность и сопутствующие механизмы развития туристского потенциал требуют более углубленного изучения в рамках иных исследований.

В данной статье нами также рассмотрена проблематика развития туристского потенциала регионов в контексте возможностей и ограничений российских территорий. Отличительной особенностью представленных материалов является выбор методологического подхода к исследованию: во-первых, используются детализированные показатели туристского потенциала как комплекса социальных и экономических параметров оценки (гостеприимство, дружелюбие, безопасность, состояние дорог и пр.); во-вторых, выбор информантов продиктован потребностью в получении оценок не столько от потребителей туристского продукта, сколько от субъектов, оказывающих влияние на формирование и развитие туристского потенциала российских территорий.

Материалы и методы. В исследовании нами выдвигается гипотеза: несмотря на наличие региональной дифференциации в развитии туристского потенциала, российским территориям свойственны общие закономерности данного процесса. Ограничением развития внутреннего туризма выступает фокусировка на усредненное туристское предложение, при этом потребности высоко- и низкодходных социальных групп практически не обеспечены туристским рынком. Проявлением усредненного туристского предложения является не только ориентация на среднюю цену продукта, но и отсутствие дифференцированного подхода к развитию туристского потенциала территорий.

В ходе исследования авторами использовались общенаучные методы исследования и комплекс аналитических процедур, в том числе сравнительный анализ, статистический и корреляционный анализ данных. Одним из ключевых методов исследования выступил анкетный опрос руководителей муниципальных образований ($n = 306$), который был проведен в 2019 г. На первоначальном этапе была осуществлена рассылка анкет по электронной почте. Для повышения возврата заполненных анкет респондентам были направлены два напоминания с интервалом в одну неделю. К сожалению, часть анкет не была заполнена и возвращена, однако итоговая выборка муниципальных образований обеспечивает представительство всех федеральных округов Российской Федерации. Все респонденты были проинформированы о цели исследования и выразили согласие к сотрудничеству.

Вторым этапом исследования стала обработка его материалов, что включало в себя несколько шагов: анализ линейных распределений по всем вопросам анкеты, корреляционный анализ эмпирически значимых переменных. В ходе корреляционного анализа была проведена группировка ответов респондентов по регионам и федеральным округам Российской Федерации. Такой подход к обработке эмпирических данных обеспечил возможность анализа региональной специфики развития туристского потенциала территорий.



Стоит отметить, что в нескольких регионах России охват респондентов был представлен рамками одного муниципального образования, поэтому авторы приняли решение исключить часть регионов из исследования, что позволило соблюсти репрезентативность данных в региональном разрезе. Итоговые эмпирические данные представлены результатами опроса по следующим регионам: Архангельская (n = 12), Белгородская (n = 25) и Брянская области (n = 10), Кабардино-Балкарская Республика (n = 14), Кировская область (n = 67), Краснодарский край (n = 53), Курганская (n = 31), Московская (n = 12) и Псковская области (n = 44), Ставропольский край (n = 6), Томская область (n = 8), Ханты-Мансийский автономный округ (n = 7). Неравномерность охвата респондентов может быть рассмотрена как некоторое ограничение данного исследования, что в целом не снижает эмпирическую значимость представленных выводов.

Обработка результатов исследования проведена с использованием программного обеспечения SPSS. В ходе подготовки рукописи также применялся сравнительный анализ по федеральным округам Российской Федерации.

Результаты исследования. Первый блок вопросов был посвящен общей оценке туристского потенциала российских территорий. Так, респондентам было предложено ответить на вопрос о наличии в их муниципальных образованиях необходимых ресурсов для развития туристической привлекательности. В региональном разрезе полученные оценки отражены в таблице 1.

Таблица 1. Распределение ответов на вопрос о наличии необходимых ресурсов для развития туристической привлекательности территории (доля выбравших вариант ответа «обладает»), %²

Table 1. Distribution of answers to the question about the availability of the necessary resources for the development of the tourist attractiveness of the territory (the share of those who chose the answer option "has"), %

Регион / Region	Процент от суммарного количества ответов / Percent of the total number of answers
1	2
Ставропольский край / Stavropol Territory	100,0
Ханты-Мансийский автономный округ / Khanty-Mansi Autonomous Area	100,0
Брянская область / Bryansk Region	90,0
Краснодарский край / Krasnoyarsk Territory	84,6
Архангельская область / Arkhangelsk Region	83,3
Московская область / Moscow Region	83,3
Белгородская область / Belgorod Region	80,0

² Здесь и далее в статье все таблицы и рисунки составлены авторами по данным исследования.



Окончание табл. 1 / End of table 1

1	2
Томская область / Tomsk Region	75,0
Псковская область / Pskov Region	61,4
Кировская область / Kirov Region	49,3
Курганская область / Kurgan Region	45,2
Кабардино-Балкарская Республика / Kabardino-Balkarian Republic	42,9

Сравнение полученных результатов с рейтингом регионов – субъектов Российской Федерации по развитию туризма³ показывает частичное совпадение. Например, Курганская область обладает «начальным уровнем» развития туристского потенциала, что ставит ее на нижние строчки рейтинга (73-е место из 85). Невысокий уровень развития туризма характерен для Кировской области и Кабардино-Балкарской Республики. В рамках авторского исследования неожиданно тройку лидеров возглавили Ставропольский край, Ханты-Мансийский автономный округ и Ярославская область. Учитывая расхождение с официальным рейтингом, интерес представляет оценка детализированных показателей туристского потенциала регионов (табл. 2).

Как показало исследование, необходимость оценки детализированных показателей туристского потенциала заставила респондентов более осознанно подойти к анализу внутренних ресурсов территории. В частности, весьма pessimistically оценены такие показатели, как «санаторно-курортные услуги», «содержание турпакета экскурсионно-познавательных программ», «наличие хостелов», «частные музеи», «рестораны класса люкс». Вызывает тревогу тот факт, что каждый третий опрошенный руководитель муниципалитета (35,9 %), оценивая наличие гостиничных комплексов, выбрал варианты ответов «плохо» или «данная позиция отсутствует». При этом в Курганской области (67,7 %) и Кабардино-Балкарской Республике (64,3 %) данный показатель превышает средние значения более чем в 1,5 раза.

Интересно, что в Ханты-Мансийском автономном округе отмечается существенная нехватка средств размещения (42,9 % респондентов обращают внимание на недостаток гостиничных комплексов, 71,4 % – на нехватку хостелов) при высоких оценках ресурсов формирования туристической привлекательности территории.

Краснодарский край, являясь признанной туристской дестинацией, тем не менее, по мнению экспертов, характеризуется рядом проблем в туристской сфере. Возможно, это связано с нехваткой ряда ресурсов. Например, низкие оценки муниципальных образований Краснодарского края отмечены по таким показателям туристского потенциала, как «разнообразие анимационных

³ Национальный туристический рейтинг – 2020 [Электронный ресурс]. URL: <http://russia-rating.ru/info/18797.html> (дата обращения: 30.12.2021).

Т а б л и ц а 2. Региональное распределение низких оценок туристского потенциала территорий (доля респондентов, выбравших оценки 2 – «плохо», 1 – «данная позиция отсутствует»), % от общего числа опрошенных
 T a b l e 2. Regional distribution of low assessments of the tourist potential of territories (the share of respondents who chose ratings 2 – “bad”, 1 – “this position is absent”), of the total number of respondents, %

Показатель / Indicator	Всего / Total	Краснодарский край / Krasnodar Territory	Архангельская область / Arkhangelsk Region	Псковская область / Pskov Region	Томская область / Tomsk Region	Кабардино-Балкария / Kabardino-Balkarian	Ставропольский край / Stavropol Territory	Курганская область / Курганская область	Ханты-Мансийский автономный округ / Khanty-Mansi Autonomous Area	Белгородская область / Belgorod Region	Брянская область / Bryansk Region	Московская область / Moscow Region	Кировская область / Киров Region
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Гостеприимство/дружелюбие / Hospitality/friendliness	4,3	0	8,3	6,8	12,5	0	0	9,7	0	0	0	0	7,5
Шоппинг / Shopping	31,7	23,1	58,3	40,9	50,0	42,9	16,7	41,9	42,9	20,0	0	16,7	35,8
Безопасность / Safety	7,2	3,8	16,7	6,8	12,5	7,1	0	12,9	0	0	0	0	13,4
Состояние объектов культурно-исторического наследия / Condition of objects of cultural and historical heritage	18,3	3,8	16,7	20,5	12,5	28,6	0	32,3	14,3	4,0	0	25,0	31,3
Музейные экспозиции / Museum expositions	21,6	21,2	16,7	20,5	25,0	35,7	0	48,4	14,3	4,0	10,0	8,3	25,4
Частные музеи / Private museums	59,2	51,9	33,3	75,0	37,5	64,3	66,7	74,2	28,6	56,0	50,0	50,0	70,1
Транспортная доступность / Transport accessibility	16,0	3,8	25,0	11,4	0	21,4	0	25,8	0	0	0	8,3	40,3



Продолжение табл. 2 / Continuation of table 2



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Состояние дорог / Road conditions	23,2	0	41,7	38,6	25,0	21,4	0	22,6	0	4,0	10,0	0	49,3
Наличие гостиничных комплексов / Availability of hotel complexes	35,9	21,2	33,3	36,4	0	64,3	16,7	67,7	42,9	12,0	10,0	25,0	50,7
Наличие хостелов / Availability of hostels	63,4	53,8	50,0	72,7	25,0	64,3	50,0	74,2	71,4	56,0	60,0	33,3	82,1
Качество номерного фонда / The quality of the rooms	30,4	26,9	8,3	34,1	0	50,0	16,7	48,4	14,3	12,0	0	16,7	47,8
Разнообразие анимационных программ в местах отдыха / Variety of animation programs in recreation areas	41,5	46,2	50,0	38,6	12,5	57,1	16,7	64,5	28,6	20,0	20,0	33,3	53,7
Проведение конференций, научных выставок / Organization of conferences, scientific exhibitions	32,4	34,6	58,3	27,3	25,0	35,7	16,7	41,9	0	12,0	10,0	16,7	47,8
Проведение массовых праздников, народных гуляний и массово-зрелищных мероприятий / Organization of public holidays, people's festivals and public entertainment events	13,7	11,5	16,7	9,1	0	21,4	0	29,0	0	0	20,0	0	22,4
Наличие ресторанов класса люкс / Availability of luxury restaurants	51,9	44,2	50,0	9,1	25,0	50,0	16,7	67,7	71,4	32,0	20,0	41,7	64,2

Окончание табл. 2 / End of table 2

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14
Наличие кафе, баров, закусочных средней ценовой категории / Availability of cafes, bars, snack bars of the middle price category	26,5	17,3	41,7	22,7	0	50,0	0	54,8	14,3	0	20,0	0	43,3
Наличие столовых, точек питания эконом класса / Availability of canteens, economy class food outlets	31,1	23,1	58,3	38,6	0	42,9	0	51,6	0	12,0	10,0	16,7	40,3
Санаторно-курортные услуги / Sanatorium and resort services	59,8	48,1	58,3	79,5	37,5	42,9	33,3	61,3	57,1	40,0	20,0	33,3	79,1
Медицинские услуги / Medical services	28,1	13,5	50,0	47,7	0	28,6	0	29,0	42,9	20,0	0	16,7	34,3





программ» (46,2 % суммарно выбрали варианты ответов «плохо» или «данная позиция отсутствует»), «содержание турпакета экскурсионно-познавательных программ» (48,1 %, что выше средних значений на 5,6 п. п.). Развитие указанных ресурсов может стать основой для диверсификации региональной экономики, роста предпринимательской активности местного населения.

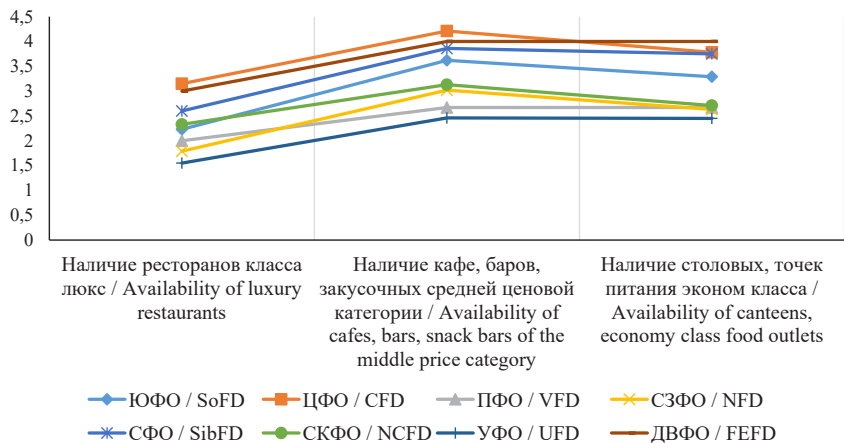
Зарубежные эксперты подчеркивают, что емкость туристского рынка в условиях кризиса будет поддерживаться туристами с высоким и низким уровнем дохода, тогда как представители среднего класса будут воздерживаться от совершения туристических поездок в условиях неопределенности и падения уровня дохода [26]. Поэтому развитие туристского потенциала территории требует создания не усредненных туристских продуктов, а чуткого реагирования на специфику спроса, диктуемого уровнем и качеством жизни населения. Соотношение цены и качества выходит сегодня на первый план ввиду ограниченного платежеспособного спроса на ряд турпродуктов и услуг. Ориентируясь на данный подход, авторы в своем исследовании дифференцировали параметры туристского потенциала, выделяя, например, такие диаметрально противоположные позиции, как «рестораны класса люкс» и «точки питания эконом класса», «гостиничные комплексы» и «хостелы».

Яркой иллюстрацией проблемы «усредненных» туристских услуг является оценка руководителей муниципалитетов уровня развития объектов общественного питания, где в наилучшей ситуации оказались сегмент средней ценовой категории (рис. 1). В дополнение к результатам данного исследования отметим, что массовые опросы показывают низкий уровень удовлетворенности туристов объектами общественного питания в местах отдыха; несмотря на высокие цены, качество и сервис не соответствуют запросам высокодоходных туристов [27].

Материалы исследования показали, что такой показатель туристского потенциала, как «наличие ресторанов класса люкс», демонстрирует существенный провал в большинстве федеральных округов Российской Федерации – средняя оценка составляет 2,21 из 5 возможных (табл. 3). Более благоприятно ситуация обстоит в Центральном федеральном округе (3,15 балла), на другом полюсе – Уральский (1,55) и Северо-Западные федеральные округа (1,79).

Аналогичные диспропорции видны в оценках наличия средств размещения для низкодоходных туристов. Средний балл по параметру «наличие хостелов» составляет 1,87 из 5 возможных.

Самые высокие оценки свойственны параметру «гостеприимство/дружелюбие» (4,53 из 5 возможных). Лидирующие позиции занимает Северо-Кавказский федеральный округ, в частности Ставропольский край и Кабардино-Балкарская Республика демонстрируют самые высокие оценки данного показателя. Как показывают результаты исследований российских ученых, гостеприимство местных жителей, их вовлеченность в туристские практики могут стать основой стратегии маркетинга территории, формирования позитивного туристского имиджа [28].



Р и с. 1. Оценка наличия объектов питания в разрезе федеральных округов Российской Федерации (баллы от 1 до 5, абсолютные числа)⁴

Fig. 1. Assessment of the availability of food facilities in the context of federal districts of the Russian Federation (points from 1 to 5, absolute numbers)

В верхнем оценочном диапазоне, по результатам исследования, расположены также показатели «безопасность» (4,10 балла) и «проведение массовых праздников, народных гуляний» (3,85 балла). Остальные показатели в целом не превышают средних оценок.

Рассмотрим показатели, характеризующие наличие дифференцированного подхода к развитию туристского потенциала территорий (табл. 3). В частности, материалы исследования показали наличие проблем в следующих областях: 59,2 % опрошенных выделили недостаточный уровень развития частных музеев (суммарная доля оценок 1 и 2 из 5 возможных). Отмечаются низкие оценки содержания турпакета экскурсионно-познавательных программ, количество и качество экскурсионных туров. Почти каждый третий руководитель муниципалитета (31,7 %) считает, что на их территории практически отсутствуют возможности для организации шоппинга туристов.

Таким образом, первоначальное утверждение руководителей муниципалитетов о наличии на их территории необходимых ресурсов развития туристского потенциала, возможно, является ошибкой искажения.

⁴ В рисунке применяется следующее обозначение федеральных округов России: ЦФО – Центральный (CFD – Central Federal District), СЗФО – Северо-Западный (NFD – Northwestern Federal District), ЮФО – Южный (SoFD – Southern Federal District), СКФО – Северо-Кавказский (NCFD – North Caucasian Federal District), ПФО – Приволжский (VFD – Volga Federal District), УФО – Уральский (UFD – Ural Federal District), СФО – Сибирский (SibFD – Siberian Federal District), ДВФО – Дальневосточный (FEFD – Far Eastern Federal District).

Таблица 3. Среднее распределение оценок уровня развития туристского потенциала по федеральным округам, балл

Table 3. Average distribution of assessments of the level of development of tourist potential by federal districts, points

Показатель / Indicator	Среднее значение / Average value	ЮФО / SoFD	ЦФО / CFD	ПФО / VFD	СЗФО / NFD	СФО / SibFD	СКФО / NCFD	УФО / UFD	ДВФО / FEFD
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Гостеприимство/дружелюбие / Hospitality/friendliness	4,53	4,55	4,76	4,38	4,46	4,25	5,00	4,38	4,00
Шопинг / Shopping	2,92	3,26	3,61	2,76	2,55	2,56	2,50	2,32	5,00
Безопасность / Safety	4,10	4,02	4,56	3,91	3,85	3,78	4,67	3,98	0
Состояние объектов культурно-исторического наследия / Condition of objects of cultural and historical heritage	3,39	4,04	3,84	2,98	3,02	3,43	3,35	3,00	3,00
Музейные экспозиции / Museum expositions	3,55	3,59	4,29	3,37	3,42	3,78	3,19	2,86	3,00
Частные музеи / Private museums	2,11	2,32	2,93	1,76	1,63	2,17	1,63	1,89	2,00
Народные промыслы / Folk crafts	3,24	3,20	3,90	3,28	2,96	3,50	3,06	2,56	2,00
Популяризация национальных традиций в рамках оказания туристических услуг / Promotion of national traditions in the framework of the provision of tourism services	3,32	3,44	4,09	3,12	2,84	3,63	3,07	2,94	3,00
Транспортная доступность / Transport accessibility	3,70	4,00	4,33	3,04	3,49	3,88	3,82	3,65	3,00
Состояние дорог / Road conditions	3,30	3,94	3,80	2,71	2,79	3,44	3,41	3,28	4,00
Наличие гостиничных комплексов / Availability of hotel complexes	2,93	3,52	3,66	2,52	2,71	3,86	2,38	2,00	3,00
Наличие хостелов / Availability of hostels	1,87	1,95	2,58	1,33	1,65	2,67	1,80	1,56	3,00
Качество номерного фонда / The quality of the rooms	2,90	3,08	3,82	2,28	2,80	3,43	2,21	2,36	3,00
Содержание турпакета экскурсионно-познавательных программ / The content of the tour package of excursion and educational programs	2,52	2,35	3,63	1,85	2,56	2,80	2,20	2,09	3,00



1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Количество экскурсионных туров / The number of excursion tours	2,52	2,36	3,56	1,87	2,56	2,60	2,27	2,15	5,00
Качество экскурсионных туров / The quality of excursion tours	2,75	2,50	3,80	2,05	3,04	3,20	2,29	2,24	4,00
Разнообразие анимационных программ в местах отдыха / Variety of animation programs in recreation areas	2,50	2,22	3,41	2,11	2,51	3,71	2,07	1,88	3,00
Проведение конференций, научных выставок / Organization of conferences, scientific exhibitions	2,89	2,58	3,67	2,34	2,88	2,83	3,00	2,82	4,00
Проведение массовых праздников, народных гуляний и массово-зрелищных мероприятий / Organization of public holidays, people's festivals and public entertainment events	3,85	3,90	4,44	3,35	3,86	4,63	3,57	3,47	4,00
Наличие ресторанов класса люкс / Availability of luxury restaurants	2,21	2,23	3,15	2,00	1,79	2,60	2,33	1,55	3,00
Наличие кафе, баров, закусочных средней ценовой категории / Availability of cafes, bars, snack bars of the middle price category	3,26	3,62	4,21	2,67	3,02	3,86	3,13	2,46	4,00
Наличие столовых, точек питания эконом класса / Availability of canteens, economy class food outlets	3,02	3,29	3,78	2,67	2,63	3,75	2,71	2,45	4,00
Наличие сувенирных магазинов (ассортимент, качество) / Availability of souvenir shops (range, quality)	2,49	2,73	3,32	2,03	2,25	2,40	2,33	1,91	3,00
Санаторно-курортные услуги / Sanatorium and resort services	2,01	2,40	2,67	1,55	1,51	2,00	2,33	1,77	3,00
Медицинские услуги / Medical services	3,01	3,40	3,55	2,78	2,32	4,00	2,47	2,57	3,01

Примечание / Note. Оценка проводилась по 5-балльной шкале, где 5 – отлично, 4 – хорошо, 3 – удовлетворительно, 2 – плохо, 1 – данная позиция отсутствует / The assessment was carried out on a 5-point scale, where 5 – excellent, 4 – good, 3 – satisfactory, 2 – bad, 1 – this position is absent.





Можно предположить, что, такие утверждения муниципальных властей базируются на стереотипных представлениях о достаточности «красивых видов» и уникального ландшафта для привлечения туристов. Фундаментом позитивных надежд выступает природное и культурно-историческое богатство российских территорий. Данные выводы, следует отметить, не лишены оснований. По оценкам экспертов Всемирного экономического форума в Давосе, природные ресурсы и культурные ценности составляют наиболее значимый туристский потенциал России, формируют ее конкурентное преимущество в международных рейтингах⁵.

Обсуждение и заключение. Большинство руководителей муниципальных образований Российской Федерации отмечают наличие необходимых ресурсов для развития туристической привлекательности территории. Однако оценка ключевых показателей развития туристского потенциала выявила существенные проблемы как по базовым (средства размещения, объекты культурно-исторического наследия, состояние дорог), так и по дополнительным элементам (питание, шопинг, анимационные программы, экскурсионные туры). В средневысоком оценочном диапазоне (выше, чем 4,0 из 5) оказались только такие показатели, как «безопасность» и «социальный ресурс» (гостеприимство/дружелюбие).

Развитие туристского потенциала характеризуется неравномерным распределением по регионам. Более благоприятная ситуация складывается в Московской области, Ставропольском крае, Белгородской области. На другом полюсе с низкими оценками по детализированным показателям туристского потенциала расположились Кабардино-Балкарская Республика, Курганская и Архангельская области.

Результаты исследования подтвердили гипотезу о преобладании территориальных туристских ресурсов, направленных на удовлетворение «усредненных» потребительских запросов. Под «усреднением» мы понимаем как отсутствие фокусировки на потребности высокодоходных и низкодоходных социальных групп, так и недостаточность предоставления дополнительных туристских услуг (частные музеи, разнообразие анимационных программ, санаторно-курортные услуги и др.). Для всех федеральных округов характерно снижение оценок по объектам общественного питания экономкласса (средняя оценка 3,02 из 5), наличию хостелов (1,87 из 5). Еще более резкое падение оценок характерно для объектов ценового сегмента в категории люкс (2,21 из 5). Выделенные тенденции развития туристского потенциала регионов Российской Федерации, на наш взгляд, являются существенными ограничениями для формирования туристической привлекательности российских территорий.

⁵ РФ поднялась на 39-е место в мировом рейтинге конкурентоспособности в сфере туризма [Электронный ресурс] // Интерфакс туризм : сайт. URL: https://tourism.interfax.ru/ru/analytics/market_overview/62288/ (дата обращения: 30.12.2021).



Выявленные проблемы подтверждают целесообразность поддержки предпринимательских инициатив, направленных на оказание туристских услуг низкого и высокого ценового сегмента. Также видится важным формирование узнаваемого имиджа территорий через популяризацию социального ресурса (гостеприимства местных жителей, национальных традиций, аутентичности народных промыслов и пр.). Данная рекомендация базируется на высоких оценках респондентов указанного параметра туристского потенциала. Повышение уровня конкурентоспособности региональных туристских услуг может быть достигнуто за счет расширения их разнообразия (развитие частных музеев, санаторно-курортных услуг и пр.).

Полученные данные могут быть использованы в практической деятельности органов региональной и муниципальной власти при разработке стратегий развития туризма, механизмов повышения уровня конкурентоспособности территориальных туристских продуктов и услуг. Научная значимость статьи характеризуется приращением эмпирических данных по проблематике развития туристского потенциала российских территорий. Научный вопрос, поставленный в статье, раскрывается с позиции властных субъектов, что обеспечивает формирование задела для интерпретации успешных региональных практик по развитию туристского потенциала территорий. Материалы статьи могут быть полезны ученым, интересующимся вопросами регионального развития в фокусе идентификации тенденций и факторов формирования туристского спроса, механизмов развития туристической привлекательности регионов в новых условиях. Дальнейшими направлениями исследований по указанной тематике могут стать следующие: разработка технологий развития социальных ресурсов туристского потенциала территории; анализ потребностей и интересов различных социальных групп при выборе туристских направлений. Отдельного внимания требует изучение перспектив и условий формирования практик социального партнерства власти, бизнеса и местного населения в целях развития туристской инфраструктуры, предложения дифференцированных туристских продуктов и услуг.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Ibrahim A. O., Baqawy G. A., Mohamed M. A. S. Tourism Attraction Sites: Boasting the Booming Tourism of Saudi Arabia // *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2021. Vol. 8, issue 4. Pp. 1–11. doi: <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.04.001>

2. Нюренбергер Л. Б., Петренко Н. Е. Городской туризм: сущность, взаимосвязи, мультипликативный региональный эффект // *Человек. Спорт. Медицина*. 2021. Т. 21, № S1. С. 153–158. doi: <https://doi.org/10.14529/hsm21s123>

3. Designing the Tourist and Recreational Image of the Territory. The Example of the Zaryadye Park / T. A. Evstratova [et al.] // *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2019. Vol. X, issue 7 (39). Pp. 1609–1616. doi: [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7\(39\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7(39).18)



4. Ismail H. H. The Contribution of Tourism Revenues to Economic Development During the Terrorism Crisis // *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2021. Vol. 8, issue 2. Pp. 35–43. doi: <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.02.005>
5. Everingham P., Chassagne N. Post COVID-19 Ecological and Social Reset: Moving Away from Capitalist Growth Models Towards Tourism as Buen Vivir // *Tourism Geographies*. 2020. Vol. 22, issue 6. Pp. 1–12. doi: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762119>
6. Петренко Н. Е. Туристско-рекреационные ресурсы: теоретические основы, региональный аспект // *Вестник Российского университета кооперации*. 2021. № 4 (46). С. 76–81. URL: [http://cheb.ruc.su/upload/Cheboksary/Vestnik_4\(46\)2021.pdf](http://cheb.ruc.su/upload/Cheboksary/Vestnik_4(46)2021.pdf) (дата обращения: 30.12.2021).
7. Тамов А. А., Хатукай С. А., Тамов К. А. Региональные особенности туристической отрасли как фактор ее развития на юге России // *Вестник Адыгейского государственного университета*. Сер. 5: Экономика. 2019. № 4 (250). С. 185–190. URL: <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44051450> (дата обращения: 30.12.2021).
8. Федорова А. В., Дмитриева Т. С., Косовский А. В. Использование природного потенциала для развития туризма // *Международный журнал гуманитарных и естественных наук*. 2020. Т. 9, № 1. С. 187–190. doi: <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-11009>
9. Influence of Some Climatic Factors on Tourism Activities on Co To Island, Vietnam / T. N. Nguyen [et al.] // *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2021. Vol. 8, issue 9. Pp. 50–57. doi: <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.09.007>
10. Морощкина М. В., Кондратьева С. В. Региональная доступность как фактор развития туристского направления // *Регионология*. 2021. Т. 29, № 1. С. 60–81. doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081>
11. Сарян А. А. Природные ресурсы как фактор производства регионального туристского продукта и формирования туристских направлений // *Регионология*. 2021. Т. 29, № 3, С. 562–587. doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.562-587>
12. Ushakov D., Vinichenko M., Frolova E. Environmental Capital in National Economy Stimulation: Limitations of Rationality // *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*. 2018. Vol. 24, no. 9. Pp. 6290–6292. doi: <https://doi.org/10.1166/asl.2018.13032>
13. The Social Environment Change Under the Influence of Artificial Intelligence the Views of Orthodox Clergy and Parishioners / M. V. Vinichenko [et al.] // *European Journal of Science and Theology*. 2020. Vol. 16, no. 5. Pp. 57–68. URL: http://www.ejst.tuiasi.ro/Files/84/5_Vinichenko%20et%20al.pdf (дата обращения: 30.12.2021).
14. Юдина Т. А., Григорян Ц. А. Туристический потенциал региона: оценка и эффективное управление // *Теоретическая экономика*. 2019. № 1 (49). С. 78–83. URL: <https://www.ystu.ru/Номер-1-2019.pdf> (дата обращения: 30.12.2021).
15. Рузиев Ш. Р. Оценка туристического потенциала историко-культурного туризма Республики Узбекистан // *Региональные проблемы преобразования экономики*. 2018. № 4 (90). С. 76–83. URL: <http://www.rppe.ru/wp-content/uploads/2019/09/РППЭ-№4-2018.pdf> (дата обращения: 30.12.2021).
16. Морозов М. А., Морозова Н. С. Региональные особенности развития туристской инфраструктуры и их влияние на туризм // *Регионология*. 2021. Т. 29, № 3. С. 588–610. doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.588-610>
17. Jansson A. The Transmedia Tourist: A Theory of How Digitalization Reinforces the De-Differentiation of Tourism and Social Life // *Tourist Studies*. 2020. Vol. 20, issue 4. doi: <https://doi.org/10.1177/1468797620937905>



18. Tuen-Man Ng., Chung-Shing Chan. Investigating Film-Induced Tourism Potential: The Influence of Korean TV Dramas on Hong Kong Young Adults // *Asian Geographer*. 2020. Vol. 37, issue 1. Pp. 53–73. doi: <https://doi.org/10.1080/10225706.2019.1701506>

19. Wessels J.-A., Douglas A. Exploring Creative Tourism Potential in Protected Areas: The Kruger National Park Case // *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2021. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348020983532>

20. Pearce P. L., Wu M.-Y. Soft Infrastructure at Tourism Sites: Identifying Key Issues for Asian Tourism from Case Studies // *Tourism Recreation Research*. 2015. Vol. 40, issue 1. Pp. 120–132. doi: <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1010361>

21. Мельникова Т. Б., Шевчук И. А. Туризм в регионе: новые возможности развития // *Социум и власть*. 2020. № 5 (85). С. 65–77. URL: http://siv74.ru/images/downloads/arhiv-merovov/2020/2020_5.pdf (дата обращения: 30.12.2021).

22. Huijbens E. H., Jóhannesson G. T. Tending to Destinations: Conceptualising Tourism's Transformative Capacities // *Tourist Studies*. 2019. Vol. 19, issue 3. doi: <https://doi.org/10.1177/1468797619832307>

23. Keyim P. Tourism Collaborative Governance and Rural Community Development in Finland: The Case of Vuonionslahti // *Journal of Travel Research*. 2018. Vol. 57, issue 4. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287517701858>

24. Фролова Е. В., Рогач О. В., Рябова Т. М. Деятельность муниципальных органов власти по развитию культурно-познавательного туризма: проблемы, ресурсы и новые возможности // *Вопросы государственного и муниципального управления*. 2020. № 3. С. 210–228. URL: <https://vgmu.hse.ru/2020--3/403252941.html> (дата обращения 30.12.2021).

25. Медведева Н. В., Фролова Е. В., Рогач О. В. Взаимодействие и перспективы партнерства территориального общественного самоуправления с местной властью // *Социологические исследования*. 2021. № 10. С. 72–82. doi: <https://doi.org/10.31857/S013216250015275-5>

26. Waqas-Awan A., Rossello-Nadal J., Santana-Gallego M. New Insights into the Role of Personal Income on International Tourism // *Journal of Travel Research*. 2020. Vol. 60, issue 4. doi: <https://doi.org/10.1177/0047287520907702>

27. Frolova E.V., Rogach O.V., Ryabova T.M. Towards Development of Tourism Industry: Insights Into Tourist Nutrition Via Food and Impressions // *Entrepreneurship and Sustainability Issues*. 2020. Vol. 8, issue 2. Pp. 840–857. doi: [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(51\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(51))

28. Кабанова Е. Е., Ветрова Е. А., Заворуева А. С. Использование зарубежных практик маркетинга территории в управлении российскими регионами // *Социальная политика и социология*. 2021. Т. 20, № 1 (138). С. 99–106. doi: <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2021-20-1-99-106>

Поступила 02.01.2022; одобрена после рецензирования 25.01.2022; принята к публикации 08.02.2022.

Об авторах:

Рогач Ольга Владимировна, доцент Департамента социологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (125167, Российская Федерация, г. Москва, пр-т Ленинградский, д. 49/2), кандидат социологических наук, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3031-4575>, Reseacher ID: W-4432-2017, Scopus ID: 57191411110, rogach16@mail.ru



Фролова Елена Викторовна, профессор Департамента социологии Финансового университета при Правительстве Российской Федерации (125167, Российская Федерация, г. Москва, пр-т Ленинградский, д. 49/2), доктор социологических наук, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8958-4561>, Researcher ID: C-8429-2016, Scopus ID: 55511159600, efrolova06@mail.ru

Заявленный вклад авторов:

О. В. Рогач – сбор аналитической информации; формулирование результатов исследования и выводов; доработка текста.

Е. В. Фролова – постановка научной проблемы исследования; критический анализ и определение методологии исследования; структурирование аналитической информации.

Все авторы прочитали и одобрили окончательный вариант рукописи.

REFERENCES

1. Ibrahim A.O., Baqawy G.A., Mohamed M.A.S. Tourism Attraction Sites: Boasting the Booming Tourism of Saudi Arabia. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2021;8(4):1–11. doi: <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.04.001>
2. Nyurenberger L.B., Petrenko N.E. Urban Tourism: Nature, Relations, Regional Multiplier Effect. *Human. Sport. Medicine*. 2021;21(S1):153–158. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.14529/hsm21s123>
3. Evstratova T.A., Kabanova E.E., Vetrova E.A., Kataeva V.I. Designing the Tourist and Recreational Image of the Territory. The Example of the Zaryadye Park. *Journal of Environmental Management and Tourism*. 2019;X(7):1609–1616. doi: [https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7\(39\).18](https://doi.org/10.14505/jemt.v10.7(39).18)
4. Ismail H.H. The Contribution of Tourism Revenues to Economic Development During the Terrorism Crisis. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2021;8(2):35–43. doi: <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.02.005>
5. Everingham P., Chassagne N. Post COVID-19 Ecological and Social Reset: Moving Away from Capitalist Growth Models Towards Tourism as Buen Vivir. *Tourism geographies*. 2020;22(6):1–12. doi: <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762119>
6. Petrenko N.E. Tourist and Recreational Resources: Theoretical Foundations, Regional Aspect. *Vestnik of the Russian University of Cooperation*. 2021;(4):76–81. Available at: [http://cheb.ruc.su/upload/Cheboksary/Vestnik_4\(46\)2021.pdf](http://cheb.ruc.su/upload/Cheboksary/Vestnik_4(46)2021.pdf) (accessed 30.12.2021). (In Russ., abstract in Eng.)
7. Tamov A.A., Khatukai S.A., Tamov K.A. Regional Features of the Tourism Industry as a Factor of its Development in the South of Russia. *The Bulletin of the Adyge State University: Internet Scientific Journal*. 2019;(4):185–190. Available at: <https://www.library.ru/item.asp?id=44051450> (accessed 30.12.2021). (In Russ., abstract in Eng.)
8. Fedorova A.V., Dmitrieva T.S., Kosovskiy A.V. Use of Natural Potential for Tourism Development. *International Journal of Humanities and Natural Sciences*. 2020;9(1):187–190. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.24411/2500-1000-2020-11009>



9. Nguyen T.N., Nguyen H.X., Pham H.H., et al. Influence of Some Climatic Factors on Tourism Activities on Co To Island, Vietnam. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*. 2021;8(9). doi: <https://doi.org/10.21833/ijaas.2021.09.007>

10. Moroshkina M.V., Kondratyeva S.V. Regional Accessibility as a Factor in the Development of a Tourist Destination. *Regionology. Russian Journal of Regional Studies*. 2021;29(1):60–81. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.114.029.202101.060-081>

11. Saryan A.A. Natural Resources as a Factor in Production of a Regional Tourist Product and in Creation of Tourist Destinations. *Regionology. Russian Journal of Regional Studies*. 2021;29(3):562–587. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.562-587>

12. Ushakov D., Vinichenko M., Frolova E. Environmental Capital in National Economy Stimulation: Limitations of Rationality. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*. 2018;24(9):6290–6292. doi: <https://doi.org/10.1166/asl.2018.13032>

13. Vinichenko M.V., Rybakova M.V., Chulanova O.L., Makushkin S.A. The Social Environment Change Under the Influence of Artificial Intelligence the Views of Orthodox Clergy and Parishioners. *European Journal of Science and Theology*. 2020;16(5):57–68. Available at: http://www.ejst.tuiasi.ro/Files/84/5_Vinichenko%20et%20al.pdf (accessed 30.12.2021).

14. Yudina T.A., Grigoryan Ts.A. Tourism Potential of the Region: Assessment and Effective Management. *Teoreticheskaya ekonomika*. 2019;(1):78–83. Available at: <https://www.ystu.ru/Homep1-2019.pdf> (accessed 30.12.2021). (In Russ., abstract in Eng.)

15. Ruziev Sh.R. Evaluation of the Tourist Potential of the Historical-Cultural Tourism of the Republic of Uzbekistan. *Regional Problems of Transforming the Economy*. 2018;(4):76–83. (In Russ., abstract in Eng.) Available at: <http://www.rppe.ru/wp-content/uploads/2019/09/PIIIIЭ-№4-2018.pdf> (accessed 30.12.2021).

16. Morozov M.A., Morozova N.S. Regional Features of Development of Tourism Infrastructure and Their Impact on Tourism. *Regionology. Russian Journal of Regional Studies*. 2021;29(3):588–610. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.15507/2413-1407.116.029.202103.588-610>

17. Jansson A. The Transmedia Tourist: A Theory of How Digitalization Reinforces the De-Differentiation of Tourism and Social Life. *Tourist Studies*. 2020;20(4). <https://doi.org/10.1177/1468797620937905>

18. Tuen-Man Ng., Chung-Shing Chan. Investigating Film-Induced Tourism Potential: The Influence of Korean TV Dramas on Hong Kong Young Adults. *Asian Geographer*. 2020;37(1):53–73. doi: <https://doi.org/10.1080/10225706.2019.1701506>

19. Wessels J.-A., Douglas A. Exploring Creative Tourism Potential in Protected Areas: The Kruger National Park Case. *Journal of Hospitality & Tourism Research*. 2021. doi: <https://doi.org/10.1177/1096348020983532>

20. Pearce P.L., Wu M.-Y. Soft Infrastructure at Tourism Sites: Identifying Key Issues for Asian Tourism from Case Studies. *Tourism Recreation Research*. 2015;40(1):120–132. doi: <https://doi.org/10.1080/02508281.2015.1010361>

21. Melnikova T.B., Shevchuk I.A. Tourism in a Region: New Development Opportunities. *Socium and Power*. 2020;(5):65–77. Available at: http://siv74.ru/images/downloads/arhiv-nomerov/2020/2020_5.pdf (accessed 30.12.2021). (In Russ., abstract in Eng.)



22. Huijbens E.H., Jóhannesson G.T. Tending to Destinations: Conceptualising Tourism's Transformative Capacities. *Tourist Studies*. 2019;19(3). doi: <https://doi.org/10.1177/1468797619832307>
23. Keyim P. Tourism Collaborative Governance and Rural Community Development in Finland: The Case of Vuonislahti. *Journal of Travel Research*. 2018;57(4). doi: <https://doi.org/10.1177/0047287517701858>
24. Frolova E.V., Rogach O.V., Ryabova T.M. Activities of Municipal Authorities in the Development of Cultural and Educational Tourism: Problems, Resources and New Opportunities. *Public Administration Issues*. 2020;(3):210–228. Available at: <https://vgmu.hse.ru/2020--3/403252941.html> (accessed 12.30.2021). (In Russ., abstract in Eng.)
25. Medvedeva N.V., Frolova E.V., Rogach O.V. Territorial Public Self-Government and Local Government: Problems of Interaction and Prospects for Constructive Partnership. *Sociological Studies*. 2021;(10):72–82. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.31857/S013216250015275-5>
26. Waqas-Awan A., Rossello-Nadal J., Santana-Gallego M. New Insights into the Role of Personal Income on International Tourism. *Journal of Travel Research*. 2020;60(4). doi: <https://doi.org/10.1177/0047287520907702>
27. Frolova E.V., Rogach O.V., Ryabova T.M. Towards Development of Tourism Industry: Insights Into Tourist Nutrition Via Food and Impressions. *Entrepreneurship and Sustainability*. 2020;8(2):840–857. doi: [https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2\(51\)](https://doi.org/10.9770/jesi.2020.8.2(51))
28. Kabanova E.E., Vetrova E.A., Zavorueva A.S. The Use of Foreign Practices of Territory Marketing in the Management of Russian Regions. *Social Policy and Sociology*. 2021;20(1):99-106. (In Russ., abstract in Eng.) doi: <https://doi.org/10.17922/2071-3665-2021-20-1-99-106>

Submitted 02.01.2022; approved after reviewing 25.01.2022; accepted for publication 08.02.2022.

About the authors:

Olga V. Rogach, Associate Professor, Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation (49/2 Leningradsky Ave., Moscow 125167, Russian Federation), Cand. Sci. (Sociology), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3031-4575>, Researcher ID: [W-4432-2017](https://orcid.org/W-4432-2017), Scopus ID: [57191411110](https://orcid.org/57191411110), rogach16@mail.ru

Elena V. Frolova, Professor, Department of Sociology, Financial University under the Government of the Russian Federation (49/2 Leningradsky Ave., Moscow 125167, Russian Federation), Dr. Sci. (Sociology), ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-8958-4561>, Researcher ID: [C-8429-2016](https://orcid.org/C-8429-2016), Scopus ID: [55511159600](https://orcid.org/55511159600), efrolova06@mail.ru

Contribution of the authors:

O. V. Rogach – collection of analytical information; formulation of research results and conclusions; revision of the text.

E. V. Frolova – formulation of a scientific research problem; critical analysis and definition of research methodology; structuring of analytical information.

All authors have read and approved the final version of manuscript.