

ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ВНУТРЕННЕГО ТУРИЗМА В РОССИИ

А.Б. Левина, levinaab@susu.ru, <http://orcid.org/0000-0003-2695-9036>

Е.Ю. Трофименко, trofimenkoei@susu.ru, <http://orcid.org/0000-0002-7834-5311>

Ю.С. Якунина, iakuninays@susu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4973-2603>

Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия

Аннотация. **Цель:** изучение потребительских предпочтений респондентов Челябинска и Челябинской области в туризме и выявление перспектив развития внутреннего туризма в России. **Материалы и методы.** В исследовании использованы социологические и общенаучные методы, методы статистического анализа данных. В августе – октябре 2022 года проведено исследование предпочтений потребителей туристических услуг. Исследование включало в себя репрезентативный опрос населения г. Челябинска и Челябинской области в возрасте от 18 до 70 лет, опрос проводился методом анкетирования. Генеральная совокупность составила 910 тысяч человек, размер выборки с учетом доверительной вероятности 95 % и абсолютной погрешности 5 % составил 384 человека. **Результаты.** Исследование потребительских предпочтений респондентов позволило определить наиболее популярные виды туризма и области, потенциально привлекательные для генерации туристического потока. Преобладающая часть респондентов предпочитают отдых на территории России. Среди преобладающих видов туризма названы культурно-познавательный, событийный туризм, туры выходного дня. Наименьший интерес вызвали сельский и промышленный туризм. Традиционно респонденты посещают объекты культурно-исторического наследия (Москва и Санкт-Петербург) и места курортно-оздоровительного отдыха (преобладает морской отдых, Сочи, Краснодарский край). Среди планируемых к посещению мест обозначены Байкал, Алтай, Калининград, Камчатка и Крым. Положительными факторами, повлиявшими на выбор места отдыха, являются возможности посещения уникальных мест, природных памятников, курортно-оздоровительный отдых, атмосфера и впечатления от отдыха, в то время как проблемными зонами развития внутреннего туризма являются уровень сервиса, климатические факторы, ценовая политика и инфраструктура отдыха. **Заключение.** Исследование позволило сделать вывод о востребованности и потенциале роста услуг внутреннего туризма. Однако для дальнейшего роста внутреннего туристического потока и развития туризма, по мнению респондентов, необходимо решить инфраструктурные проблемы, связанные с транспортом, гостиницами и уровнем сервиса, изменить ценовую политику, увеличить объем инвестиций в отрасль.

Ключевые слова: туризм, виды туризма, внутренний туризм, потребительские предпочтения, туристический кэшбек, инфраструктура туризма, туристический поток

Для цитирования: Левина А.Б., Трофименко Е.Ю., Якунина Ю.С. Проблемы и перспективы развития внутреннего туризма в России // Человек. Спорт. Медицина. 2023. Т. 23, № S1. С. 175–187. DOI: 10.14529/hsm23s124

Original article
DOI: 10.14529/hsm23s124

PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF DOMESTIC TOURISM IN RUSSIA

A.B. Levina, levinaab@susu.ru, <http://orcid.org/0000-0003-2695-9036>
E.Yu. Trofimenko, trofimenkoei@susu.ru, <http://orcid.org/0000-0002-7834-5311>
Yu.S. Iakunina, iakuninays@susu.ru, <https://orcid.org/0000-0002-4973-2603>
South Ural State University, Chelyabinsk, Russian Federation

Abstract. Aim. This paper aims to identify the tourist preferences of respondents from Chelyabinsk and the Chelyabinsk region and evaluate prospects for the development of domestic tourism. **Materials and methods.** This study is based on the sociological and general methods of science, along with statistical processing of the results obtained. Tourist preferences were studied in August–October 2022. The study involved a representative survey of the population in Chelyabinsk and the Chelyabinsk region (ages 18–70) with a questionnaire. The total population involved 910 000 people, and the sample consisted of 384 people with a 95% confidence interval and a 5% absolute error. **Results.** The study of tourist preferences allowed the authors to identify the most preferable types of tourism and tourist areas considered potentially attractive for generating tourist flow. The majority of respondents preferred to spend their holidays in Russia. The main types of tourism are cultural tourism, event tourism, and weekend tourism. Rural and industrial tourism attract the least people. Traditionally, respondents visit cultural heritage sites (Moscow and Saint-Petersburg) and resorts (mostly sea resorts, including Sochi and the Krasnodar Krai). Baikal, Altai, Kaliningrad, Kamchatka, and Crimea are considered prospective tourist destinations. The positive factors that influence the choice of tourist destinations include unique sites, natural monuments, resort activities, atmosphere, and impressions, while the negative ones include the quality of service, climate, pricing policy, and the quality of infrastructure. **Conclusion.** The study allowed the authors to draw conclusions about the current status and growth prospects of domestic tourism. However, according to respondents, its further growth is associated with the development of infrastructure, the transport system, hotels, the quality of services, changes in pricing policy, and investment attractiveness.

Keywords: tourism, types of tourism, domestic tourism, consumer preferences, tourist cashback, tourism infrastructure, tourist flow

For citation: Levina A.B., Trofimenko E.Yu., Iakunina Yu.S. Problems and prospects for the development of domestic tourism in Russia. *Human. Sport. Medicine.* 2023;23(S1):175–187. (In Russ.) DOI: 10.14529/hsm23s124

Введение. Туристическая отрасль является одной из наиболее динамично развивающихся в экономике страны, туризм связан и оказывает значительное влияние на другие отрасли и виды деятельности, в частности, на малый и средний бизнес, транспорт, строительство, общественное питание. Туризм обеспечивает создание дополнительных рабочих мест, занятость населения и увеличивает доходы и поступления в бюджет. Высокий потенциал устойчивого роста и развития туристской отрасли России определяют богатое культурно-историческое наследие и природное разнообразие страны [10].

Индекс конкурентоспособности сектора путешествий и туризма, который отражает рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий, показывает, что Россия занимает

39-е место по итогам 2019 года. До 2020 года Россия демонстрировала положительную динамику (45-е место в 2015 году, 43-е место – в 2017 году). На первых строках рейтинга стабильно находятся такие страны, как Испания, Франция и Германия [3].

В то же время по данным Всемирной туристской организации, составляющей рейтинг самых популярных и посещаемых стран мира, Россия занимает 18-е место, что говорит о потенциальной востребованности и туристической привлекательности территории России [12].

Развитие внутреннего туризма в Российской Федерации стало характеризоваться устойчивой тенденцией с начала 2020 года. В настоящее время на индустрию туризма России продолжают оказывать воздействие

ряд внешних и внутренних факторов, в том числе последствия всемирной пандемии, изменение уровня доходов населения, различные социальные и политические факторы.

До пандемии Россия имела хорошие показатели внутреннего туризма, однако в первой половине 2020 года показатели индустрии туризма значительно снизились, падение составило порядка 70–80 % по сравнению с предыдущим годом [2].

Восстановление туристической отрасли идет достаточно медленно в связи с турбулентностью экономической и политической ситуации, но за 2021 год Россия показала хороший результат по восстановлению внутреннего туризма – второе место в мире [9].

Туризм приносит России 3,5 % ВВП при

среднем значении в мире 10 %. Опыт таких стран, как Франция или США, показывает, что доля туризма в ВВП может достигать 35 %. Причём большая часть туризма, например, в США – это внутренний туризм [6]. Российские регионы рассматривают развитие внутреннего туризма как условие подъёма и диверсификации региональных экономик, а также как альтернативу международному.

Данные СберАналитики за 3-й квартал 2020 года позволяют проанализировать регионы-лидеры по восстановлению туристического потока, а также регионы, внесшие наибольший вклад в генерацию туристического потока (см. таблицу).

Как показывают данные таблицы, наиболее привлекательными регионами по генера-

**Топ-10 регионов по восстановлению и генерации туристического потока
во внутреннем туризме России**
Top-10 regions in terms of tourist flow in Russia

Регионы по восстановлению туристического потока Regions involved in tourism recovery		Регионы по восстановлению генерации турпотока Regions involved in tourism generation		
Регион Region	Доля от количества в прошлом периоде, % Share of the quantity in the previous period, %	Регион Region	Восстановление, % Recovery, %	Доля в туристическом потоке, % Share in the tourist flow, %
Московская область Moscow region	92	Москва Moscow	76	17,2
Калужская область Kaluga region	87	Московская область Moscow region	72	11,4
Республика Адыгея Republic of Adygea	86	Санкт-Петербург St. Petersburg	60	6,6
Алтайский край Altai region	80	Краснодарский край Krasnodar Krai	65	3,2
Ленинградская область Leningrad region	80	Нижегородская область Nizhny Novgorod region	59	2,5
Красноярский край Krasnoyarsk region	78	Воронежская область Voronezh region	67	2,2
Республика Башкортостан Republic of Bashkortostan	78	Ленинградская область Leningrad region	69	2,0
Владимирская область Vladimir region	77	Ростовская область Rostov region	64	2,0
Москва Moscow	77	Республика Татарстан Republic of Tatarstan	56	1,9
Республика Хакасия Republic of Khakassia	76	Свердловская область Sverdlovsk region	46	1,8

ции туристического потока выступили Москва и Московская область, Санкт-Петербург, Краснодарский край. По количеству поездок в 3-м квартале 2020 года по отношению к аналогичному периоду 2019 года лидируют Московская, Калужская области и республика Адыгея.

Среди ключевых факторов, влияющих на выбор туристического направления, можно выделить культурно-историческое наследие, природно-климатические условия, инфраструктурные возможности. Именно данные факторы формируют значительный туристический поток в Москву, Московскую область, Санкт-Петербург и курорты Краснодарского края.

Инфраструктура туризма России характеризуется развитой транспортной сетью, многочисленными памятниками исторического и культурного наследия, наличием гостиниц и средств размещения, широкой сетью предприятий общественного питания. Вместе с тем инфраструктура туризма Российской Федерации не в полной мере удовлетворяет потребности в ней – чаще всего из-за несоответствия её качества международным требованиям [1, 4, 5, 7, 8, 11, 13].

Цель исследования: изучение потребительских предпочтений респондентов Челябинска и Челябинской области в туризме и выявление перспектив развития внутреннего туризма в России.

Материалы и методы. В исследовании использованы социологические и общенаучные методы, методы статистического анализа данных. В августе – октябре 2022 года проведено исследование предпочтений потребителей туристических услуг. Исследование включало в себя репрезентативный опрос населения г. Челябинска и Челябинской области в возрасте от 18 до 70 лет, опрос проводился методом анкетирования. Генеральная совокупность составила 910 тысяч человек, размер выборки с учетом доверительной вероятности 95 % и абсолютной погрешности 5 % составил 384 человека.

Результаты исследования. Опрос населения Челябинска и Челябинской области по выявлению предпочтений в отношении внутреннего туризма показал следующие результаты.

На территории России предпочитают

отдыхать 66,4 % респондентов, 50,5 % респондентов выбрали отдых в странах дальнего зарубежья, 17,8 % в качестве предпочтительного места отдыха назвали страны ближнего зарубежья.

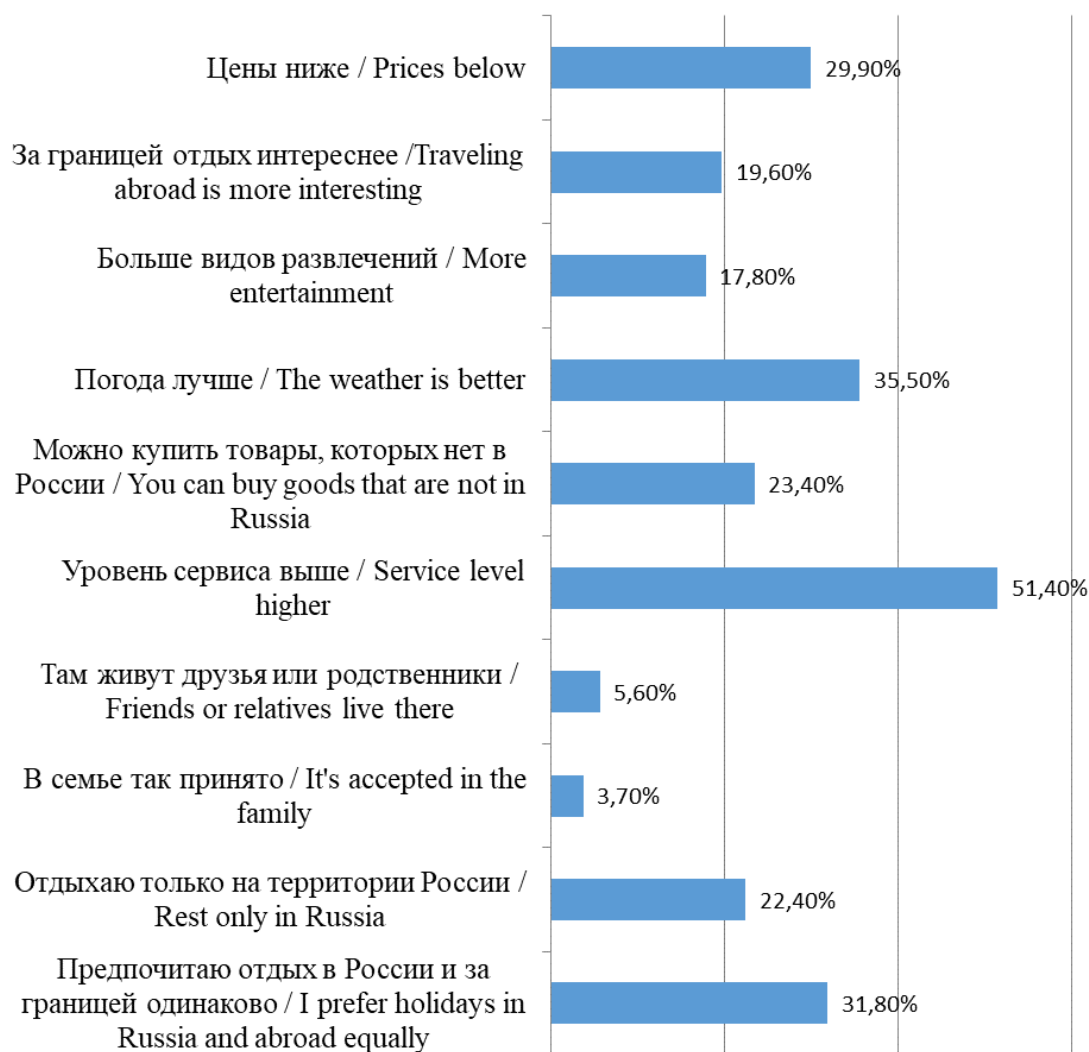
Среди ключевых причин выбора отдыха за границей респонденты назвали уровень сервиса – 51,4 %, погодные условия – 35,5 %, более низкие цены – 29,9 %. Наименее значимыми факторами выбора отдыха за рубежом выступили семейные привычки и традиции – 3,7 %, проживание родственников или друзей за рубежом – 5,6 % (рис. 1).

Сопоставление планируемых к посещению мест отдыха и фактически посещенных показало следующие результаты.

Среди посещенных мест отдыха лидируют Сочи и курорты Краснодарского края – 65,4 %, Москва – 57,9 %, Санкт-Петербург – 54,2 % (рис. 2). Данные тенденции совпадают с общероссийскими, респонденты выбирают объекты культурно-исторического наследия и курортно-оздоровительный отдых.

Среди мест отдыха, планируемых для посещения, лидируют Байкал – 50,5 % (посещали только 6,5 % респондентов), Алтай – 47,7 % (посещали – 5,6% респондентов), Сочи и курорты Краснодарского края – 33,6 % (рис. 3). Интерес вызвали и такие места отдыха, как Калининградская область, Камчатка и Крым. В отношении последнего фактически отдыхали в Крыму 29,9 % респондентов, в то время как планируют отдохнуть только 22,4 %, что говорит о явно выраженной сезонности и недостаточно раскрытом потенциале курорта. Сейчас активно обсуждается возможность оборудования Крыма под круглогодичный курорт, что возможно благодаря ресурсам оздоровления и лечения: бальнео-, талассо-, гелио-, аэро-, гидротератии и грязелечению. Крым также обладает возможностями создания качественного горнолыжного отдыха в зимний период. Однако в случае активного развития Крыма необходимы значительное расширение и развитие инфраструктуры, в том числе транспортной, гостиничной, развлекательной для более комфортного отдыха.

Интерес к внутреннему туризму вызывают такие причины, как возможности посещения уникальных мест (53,3 %), посещение природных памятников (46,7 %), лечение, санатории, минеральные воды (44,9 %).



■ Ответ респондентов, % / Answer of respondents, %

Рис. 1. Причины предпочтения отдыха за границей отдыху на территории России
Fig. 1. Reasons for spending holidays abroad

Культурно-познавательный туризм, событийный туризм, туры выходного дня, курортно-оздоровительный отдых согласно ответам респондентов оказались наиболее востребованными видами туризма (рис. 4). Сельский и промышленный туризм оказались наименее востребованными видами туризма. Агентством стратегических инициатив разработана акселерационная программа по развитию промышленного туризма, направленная на создание положительного имиджа регионов, повышение прозрачности промышленных предприятий, а также способствующая развитию проектов по вовлечению сельских территорий в туристические маршруты, развитию экологического туризма. Для жителей Челябинска и Челя-

бинской области – промышленного региона – промышленный туризм оказался невостребованным, но для жителей других регионов данный вид туризма может представлять интерес.

Респонденты при планировании поездок и выборе мест отдыха обращают внимание на такие факторы, как соотношение цены и качества – 86,9 % ответов, возможность увидеть новые достопримечательности – 40,2 % ответов, близость к природе – 35,5 % ответов, наличие пляжа – 30,8 %. Исходя из указанных факторов планирования поездок и отдыха, можно выделить положительные моменты отдыха на территории России (рис. 5). В ответах респондентов прослеживается корреляция между этими вопросами.

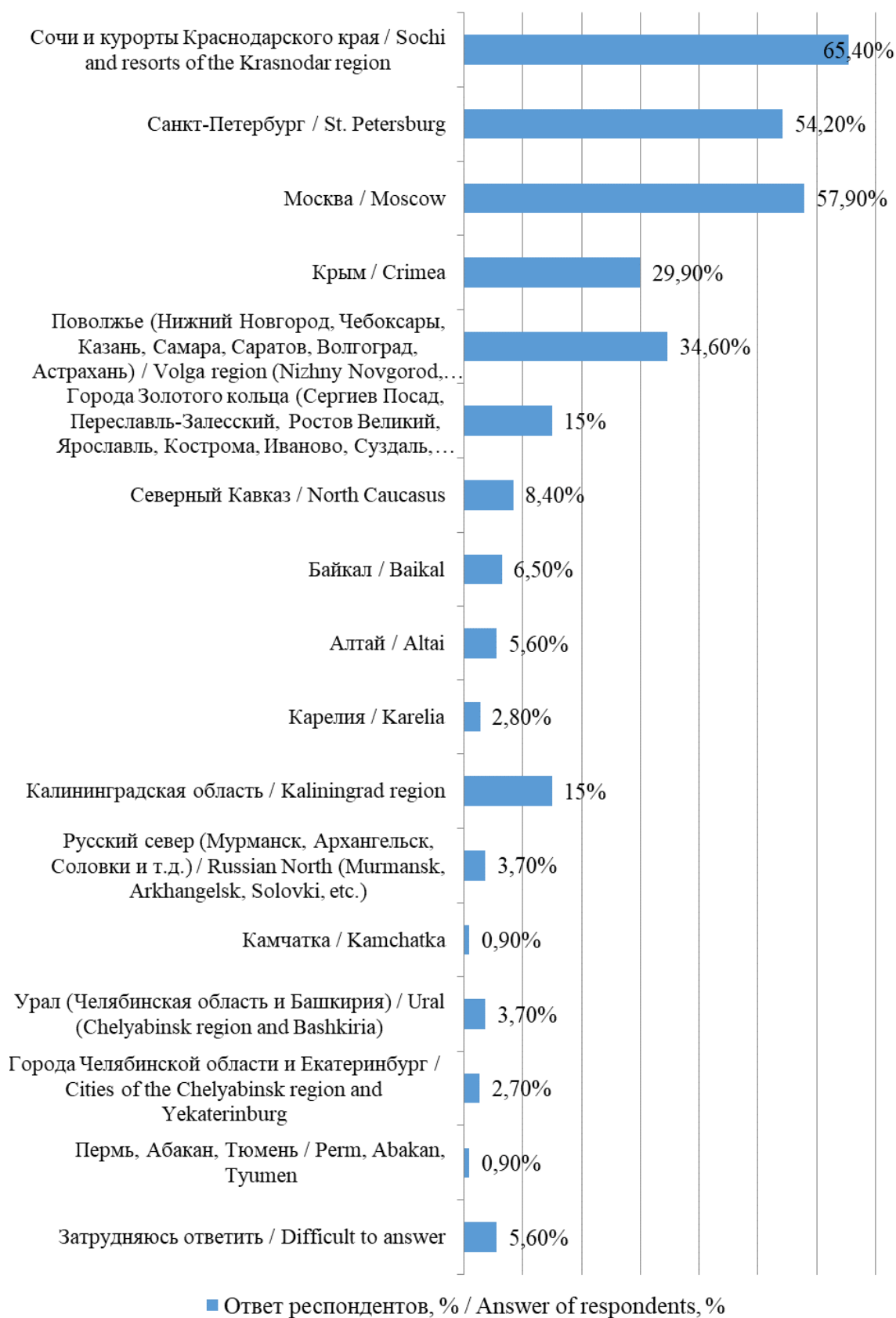


Рис. 2. Места отдыха в России, где когда-либо отдыхали респонденты
Fig. 2. Places in Russia where respondents have spent their holidays

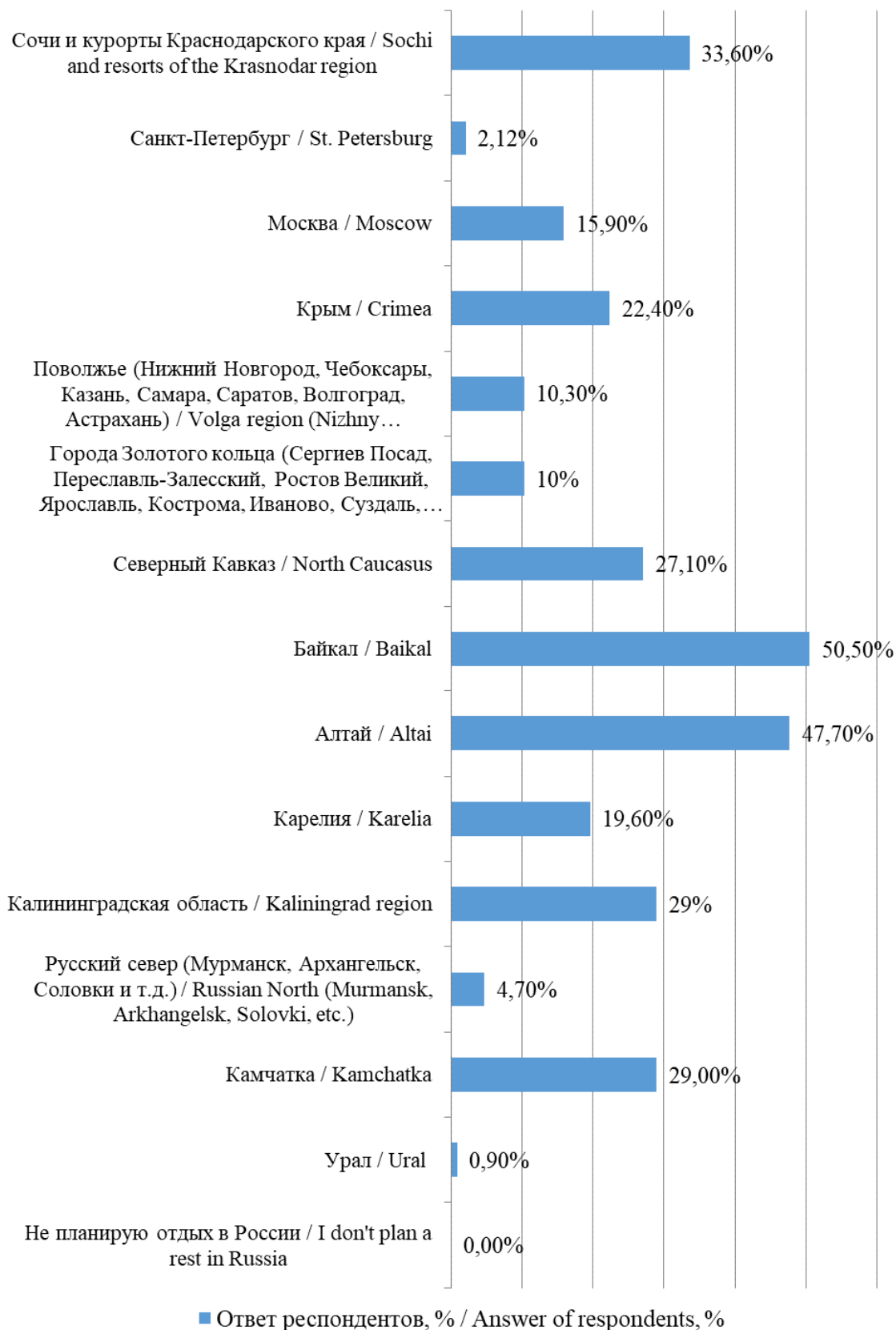


Рис. 3. Места отдыха в России, планируемые для посещения
Fig. 3. Places in Russia considered prospective tourist destinations



Рис. 4. Виды туризма, которым отдали предпочтение респонденты
Fig. 4. Types of tourism preferred by respondents

Низкие, доступные цены как положительный момент отдыха на территории России указали только 4,7 % респондентов, хорошее лечение и хорошая еда, напитки – также набрали минимальное количество ответов – 6,5 и 12,1 % ответов соответственно.

Среди основных проблем, с которыми столкнулись респонденты на отдыхе на территории России, названы высокие цены, низкий уровень сервиса и недостаточно развитая инфраструктура (рис. 6).

Не сталкивались с проблемами с отдыхом на территории России менее одного процента респондентов, что говорит о необходимости дальнейшего развития и совершенствования внутреннего туризма.

51,4 % респондентов посчитали, что условия отдыха на территории России в последнее время улучшились, и только 2 % туристов отметили ухудшение условий. Такое распределение ответов позволяет сделать вывод о востребованности и потенциале роста услуг



Рис. 5. Положительные моменты отдыха на территории России согласно ответам респондентов
Fig. 5. Benefits of spending holidays in Russia, according to respondents

внутреннего туризма. Однако для дальнейшего роста внутреннего туристического потока и развития туризма, по мнению респондентов, необходимо решить инфраструктурные проблемы, связанные с транспортом, гостиницами и сервисом (65,4 %), изменить ценовую политику (72,9 %), увеличить объем инвестиций в отрасль (43,9 %) (рис. 7).

Также одним из направлений, позволяющим внутреннему туризму развиваться, является увеличение информирования о туристических возможностях территорий России, бо-

лее широкое осведомление населения о разновидностях внутреннего туризма, программе туристического кэшбека и прочее.

Так, программа «Туристический кэшбек» оказалась не знакома 24,3 % респондентам, не востребована у 32,7 % респондентов, только 28 % туристов воспользовались данной возможностью при выборе туристической путевки. В качестве причин, почему программа кэшбека оказалась не востребованной, респонденты указали неподходящие даты программы, ограниченные сроки проведения про-



Рис. 6. Проблемы отдыха на территории России согласно ответам респондентов
Fig. 6. Drawbacks of spending holidays in Russia, according to respondents

граммы и отсутствие нужного места отдыха. Программа позволяет вернуть 20 % стоимости путевки, оплаченной картой «Мир», что в текущих экономических условиях является значимым фактором для туристов, соответственно, при расширении сроков программы и мест отдыха будет востребованной.

Заключение. Согласно национальному проекту «Туризм и индустрия гостеприимства» Россия с 2021 года активно наращивает внутренний туристический поток, создавая благоприятные возможности для участников туристической отрасли, стимулирует регионы на создание собственных туристических концепций, для туристов, в свою очередь, предлагаются возможности комфортного от-

дыха, разрабатываются программы кэшбека. Планируется, что к 2030 году количество поездок по стране увеличится в 2,5 раза, увеличится вклад туризма в ВВП, будут созданы 4,7 млн рабочих мест, что, в целом, благоприятно скажется на экономике регионов и страны.

Исследование потребительских предпочтений респондентов г. Челябинска и Челябинской области в туризме позволило определить, что преобладающая часть респондентов предпочитают отдых на территории России. Среди преобладающих видов туризма названы культурно-познавательный, событийный туризм, туры выходного дня. Среди планируемых к посещению и вызвавших интерес

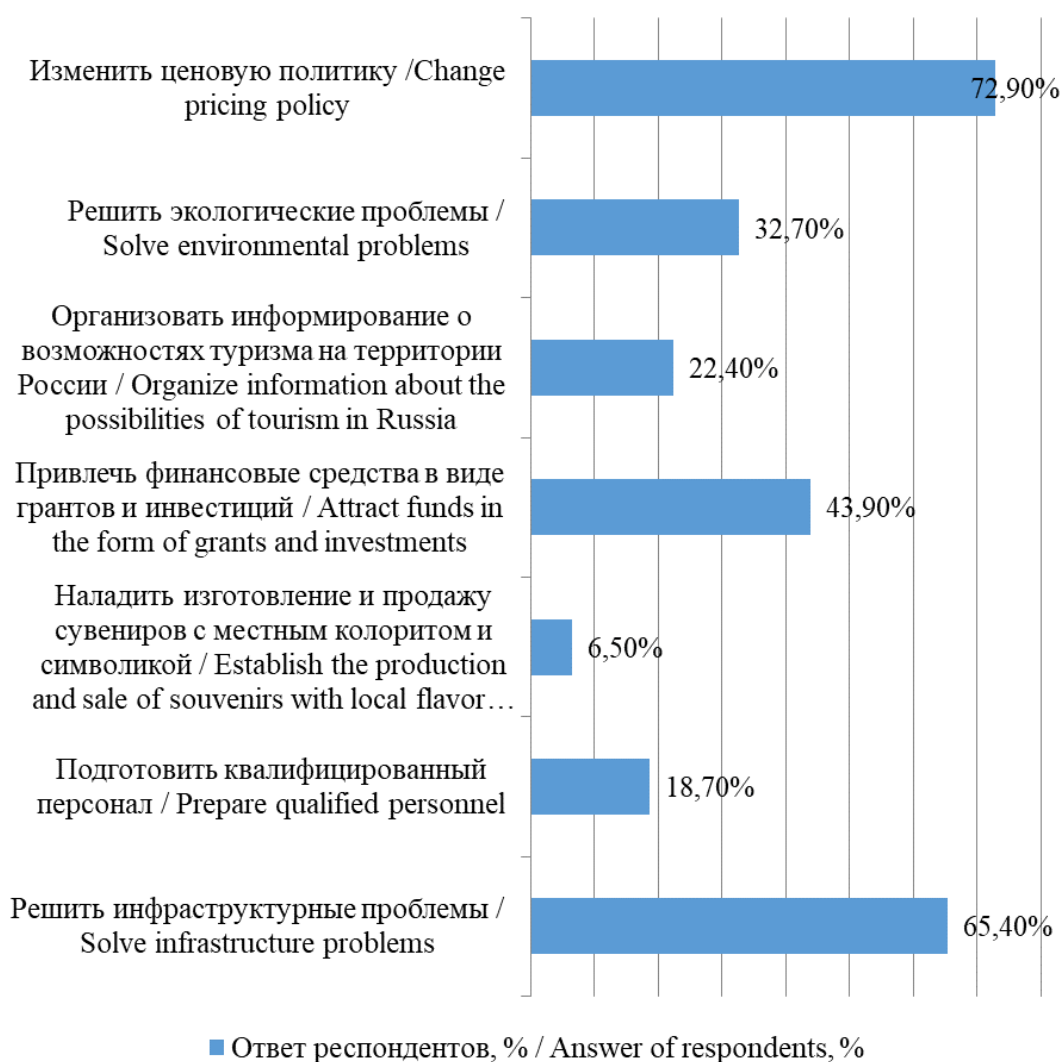


Рис. 7. Направления развития внутреннего туризма в России согласно ответам респондентов
Fig. 7. Directions for the development of domestic tourism, according to respondents

мест обозначены Байкал, Алтай, Калининград, Камчатка и Крым. Среди положительных факторов, влияющих на выбор места отдыха, выделены возможности посещения уникальных мест, природных памятников,

курортно-оздоровительный отдых, атмосфера и впечатления от отдыха. Среди проблемных зон развития внутреннего туризма находятся уровень сервиса, ценовая политика и инфраструктура отдыха.

Список литературы

1. Величкина, А.В. Оценка развития туристской инфраструктуры региона / А.В. Величкина // Экономич. и соц. переменны: факты, тенденции, прогноз. – 2014 – № 2 (32). – С. 239–250. DOI: 10.15838/esc/2014.2.32.18

2. Гавриленко, А.А. Пути решения проблемы сохранения спроса на рынке внутреннего туризма РФ после открытия границ // Актуальные проблемы развития экономики и управления: сб. науч. статей по итогам III Всерос. науч.-практ. студенч. конф. – Калининград, 2022. – С. 321–324. – https://www.elibrary.ru/download/elibrary_48210284_69832589.pdf (дата обращения: 13.10.2022).

3. Глобальный индекс инноваций 2020: Кто будет финансировать инновации? / под ред. Сумитра Дутта, Бруно Ланвин и Саши Вунш-Винсент. – 13 изд. – Итака, Фонтенбло и Женева, 2020. – 448 с. – <https://nonews.co/wp-content/uploads/2020/10/gii2020.pdf>.

4. Захаров, К.С. Направления совершенствования инфраструктурного обеспечения российской туристической отрасли / К.С. Захаров // Гос. и муницип. управление. Ученые записки. – 2019. – № 1. – С. 111–116. DOI: 10.22394/2079-1690-2019-1-1-111-116
5. Захаров, К.С. Состояние туристической инфраструктуры РФ и проблемы ее формирования (экономический аспект) / К.С. Захаров // Современные проблемы социально-гуманитарных наук. – 2015. – № 1. – С. 142–147.
6. Исследование ВШЭ «Оценка туристического потока и туристического рынка». – <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/565217338.pdf> (дата обращения: 28.07.2022).
7. Камильери, М.А. Индустрия туризма: Обзор в области путешествий, маркетинга, экономики туризма и авиационного продукта. – Шверцания: Springer Nature, 2018. – Гл. 1. – С. 3–27.
8. Лазарев, В.А. Сущностное содержание понятий «инфраструктура туризма» и «индустрия туризма» / В.А. Лазарев // Известия Урал. гос. эконом. ун-та. – 2012. – № 1 (39). – С. 38–41.
9. Пригожин, С. Пять трендов индустрии туризма в 2021 году. – <https://snob.ru/entry/200532> (дата обращения: 09.10.2022).
10. Принципы устойчивого развития должны быть базовыми для туризма России // RATA-news. – https://ratanews.ru/news/news_3112022.stm (дата обращения: 03.11.2022).
11. Рейтинг стран по развитию сектора туризма и путешествий. – <https://nonews.co/directory/lists/countries/travel-tourism-competitiveness> (дата обращения: 09.10.2022).
12. Топ самых посещаемых стран мира. – <https://zbordirect.com/ru/blog/top-samykh-poseshchaemykh-stran-mira> (дата обращения: 09.10.2022).
13. Khan, S.A.R. Opportunities and Obstacles in the Global Tourism Industry: A Story of Post-Covid-19 / Syed Abdul Rehman Khan, Laeeq Razzak Janjua and Zhang Yu. – London: Tourism, Intech Open, 2020. DOI: 10.5772/intechopen.93683

References

1. Velichkina A.V. [Evaluation of Tourism Infrastructure Development in the Region]. *Ekonomicheskiye i sotsial'nyye peremeny: fakty, tendentsii, prognoz* [Economic and Social Changes. Facts, Trends, Forecast], 2014, no. 2 (32), pp. 239–250. (in Russ.) DOI: 10.15838/esc/2014.2.32.18
2. Gavrilenko A.A. [Ways to Solve the Problem of Maintaining Demand in the Russian Domestic Tourism Market After the Opening of Borders]. *Sbornik nauchnykh statey po itogam III Vserossiyskoy nauchno-prakticheskoy studencheskoy konferentsii* [Collection of Scientific Articles Based on the Results of the III All-Russian Scientific and Practical Student Conference], 2022, pp. 321–324. (in Russ.)
3. Dutta S., Lanvin B., Wunsch-Vincent S. *Global'nyy indeks innovatsiy 2020: Kto budet finansirovat' innovatsii?* [The Global Innovation Index 2020: Who Will Finance Innovation?]. Ithaca, Fontainebleau, and Geneva Publ., 2020. 448 p.
4. Zakharov K.S. [Directions of Perfection of Infrastructural Maintenance of the Russian Tourist Branch]. *Gosudarstvennoye i munitsipal'noye upravleniye. Uchenyye zapiski* [State and Municipal Management. Scientific Notes], 2019, no. 1, pp. 111–116. (in Russ.) DOI: 10.22394/2079-1690-2019-1-1-111-116
5. Zakharov K.S. [The State of Tourism Infrastructure in the Russian Federation and the Problems of its Formation (Economic Aspect)]. *Sovremennyye problemy sotsial'no-gumanitarnykh nauk* [Modern Problems of Social and Humanitarian Sciences], 2015, no. 1, pp. 142–147. (in Russ.)
6. *Issledovanie VSHE "Ocenka turisticheskogo potoka i turisticheskogo rinka"* [Research HSE Tourism Flow and Tourist Market Assessment]. Available at: <https://www.hse.ru/mirror/pubs/share/565217338.pdf> (accessed 28.07.2022).
7. Camilleri M.A. *Industriya turizma: Obzor v oblasti puteshestviy, marketinga, ekonomiki turizma i aviatsionnogo produkta* [The Tourism Industry. An Overview, In Travel, Marketing, Tourism Economics and the Airline Product]. Cham, Switzerland: Springer Nature Publ., 2018. Ch. 1, pp. 3–27. DOI: 10.1007/978-3-319-49849-2_1
8. Lazarev V.A. [The Essential Content of the Concepts of Tourism Infrastructure and Tourism Industry]. *Izvestiya Ural'skogo gosudarstvennogo ekonomicheskogo universiteta* [Proceedings of the Ural State University of Economics], 2012, no. 1 (39), pp. 38–41. (in Russ.)

9. Prigozhin S. *Pyat' trendov industrii turizma v 2021 godu* [Five Trends for the Tourism Industry in 2021]. Available at: <https://snob.ru/entry/200532> (accessed 09.10.2022).

10. *Principi ustoichivogo razvitiya dolgni bit bazovimi dlya turizma Rossii* [Principles of Sustainable Development Should be Basic for Tourism in Russia]. RATA-news. Available at: https://ratanews.ru/news/news_3112022.stm (accessed 03.11.2022).

11. *Reiting stran po razvitiyu sektora turizma i puteshestviy* [Ranking of Countries by Tourism and Travel Sector Development]. Available at: <https://nonews.co/directory/lists/countries/travel-tourism-competitiveness> (accessed 09.10.2022).

12. *Top samih posechaemih stran mira* [Top Most Visited Countries in the World]. Available at: <https://zbordirect.com/ru/blog/top-samykh-poseshchaemykh-stran-mira> (accessed 09.10.2022).

13. Khan S.A.R., Syed Abdul Rehman Khan, Laeeq Razzak Janjua, Zhang Yu. *Opportunities and Obstacles in the Global Tourism Industry: A Story of Post-Covid-19*. London: Tourism, IntechOpen, 2020. DOI: 10.5772/intechopen.93683

Информация об авторах

Левина Алена Борисовна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия.

Трофименко Елена Юрьевна, кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры менеджмента, Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия.

Якунина Юлия Сергеевна, старший преподаватель кафедры менеджмента, Южно-Уральский государственный университет, Челябинск, Россия.

Information about the authors

Alena B. Levina, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia.

Elena Yu. Trofimenko, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Associate Professor of the Department of Management, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia.

Yulia S. Iakunina, Senior Lecturer, Department of Management, South Ural State University, Chelyabinsk, Russia.

Вклад авторов: все авторы сделали эквивалентный вклад в подготовку публикации.

Авторы заявляют об отсутствии конфликта интересов.

Contribution of the authors: the authors contributed equally to this article.

The authors declare no conflicts of interests.

Статья поступила в редакцию 09.11.2022

The article was submitted 09.11.2022